

18

Culture statistics

Statistiques de la culture

NEWSPAPERS AND
PERIODICALS

JOURNAUX ET
PÉRIODIQUES

1976-1977

1976-1977

Note

This and other government publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores or by mail order.

Mail orders should be sent to Publications Distribution, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, or to Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Inquiries about this publication should be addressed to:

Analysis Section,
Culture Sub-division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: 593-6862) or to a local office of the bureau's User Advisory Services Division:

St. John's (Nfld.)	(726-0713)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(569-5405)
Edmonton	(425-5052)
Vancouver	(666-3695)

Toll-free access to the regional statistical information service is provided in Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island by telephoning 1-800-565-7192. Throughout Saskatchewan, the Regina office can be reached by dialing 1-800-667-3524, and throughout Alberta, the Edmonton office can be reached by dialing 1-800-222-6400.

Nota

On peut se procurer cette publication, ainsi que toutes les publications du gouvernement du Canada, auprès des agents autorisés locaux, dans les librairies ordinaires ou par la poste.

Les commandes par la poste devront parvenir à Distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnement et services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Toutes demandes de renseignements sur la présente publication doivent être adressées à:

Section de l'analyse,
Sous-division de la culture,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 593-6862) ou à un bureau local de la Division de l'assistance-utilisateurs situé aux endroits suivants:

St. John's (T.-N.)	(726-0713)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(569-5405)
Edmonton	(425-5052)
Vancouver	(666-3695)

On peut obtenir une communication gratuite avec le service régional d'information statistique de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard en composant 1-800-565-7192. En Saskatchewan, on peut communiquer avec le bureau régional de Regina en composant 1-800-667-3524, et en Alberta, avec le bureau d'Edmonton au numéro 1-800-222-6400.

CULTURE STATISTICS
NEWSPAPERS AND PERIODICALS

STATISTIQUES DE LA CULTURE
JOURNAUX ET PÉRIODIQUES

1976 — 1977

First issue - Première édition

Published by Authority of
The Minister of Industry, Trade and Commerce

Publication autorisée par
le ministre de l'Industrie et du Commerce

February - 1979 - Février
4-2223-521

Price—Prix: \$1.05

Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document
Reproduction ou citation autorisées sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.



PREFACE

Statistics Canada has launched a cultural statistics programme, which collects and disseminates information in the following fourteen sectors:

- Book publishing.
- Book distribution.
- Newspapers and periodicals.
- Film.
- Radio and television.
- Performing arts.
- The recording industry.
- Libraries.
- Museums and galleries.
- Other cultural facilities.
- Artists and performers.
- Cultural activities of Canadians.
- Education and the arts.
- Cultural expenditures.

Some of these subjects, for example, book publishing, performing arts, libraries, museums, and the cultural activities of Canadians, have been surveyed for several years. Other surveys of this expanded cultural programme are in various stages of implementation.

Overall, the programme is concerned with the major industries affecting cultural life in Canada. Its purpose is to offer a quantitative analysis of these industries and how they affect the cultural life. The programme is also to provide a yardstick in measuring changes over time as well as a basis for decision making in the various areas.

To obtain these goals, three types of information releases will be provided:

- (1) The **service bulletin**, released with selected projects, will be a preview to the more detailed publications. It will provide preliminary survey results as they become available as well as a brief analysis.
- (2) The **publication** will offer the reader more detailed statistical tables than the service bulletin and substantial analysis.
- (3) The **cultural summary**, will offer a global perspective of Canadian cultural life, and highlight significant relationships between the cultural sectors. The summary will be published biennially as a single volume.

This report, which falls into the second class of information releases, covers the Newspaper and Periodical Industries which are indigenous to Canada. It was prepared by B. Zirger with the technical assistance of I. McNair.

PETER G. KIRKHAM,
Chief Statistician of Canada.

PRÉFACE

Statistique Canada a amorcé un programme de statistique de la culture afin de recueillir et de diffuser des données sur les quatorze sujets suivants:

- L'édition du livre.
- La diffusion du livre.
- Les journaux et les périodiques.
- Le film.
- La radio et la télévision.
- Les arts d'interprétation.
- L'industrie du disque.
- Les bibliothèques.
- Les musées et les galeries.
- Les autres établissements culturels.
- Les créateurs et les artistes.
- Les activités culturelles des Canadiens.
- L'éducation et les arts.
- Les dépenses au titre de la culture.

Quelques-uns de ces sujets font déjà l'objet d'enquêtes depuis plusieurs années, par exemple, l'édition du livre, les arts d'interprétation, les bibliothèques, les musées et les activités culturelles des Canadiens. Quant aux autres, ils donnent lieu à des enquêtes dont l'état d'avancement varie.

Dans son ensemble, le programme porte sur les principales industries culturelles. Il vise à en fournir une analyse quantitative et à en déterminer l'influence sur la vie culturelle. De plus, il est destiné à mesurer les changements qui se sont opérés et à jeter des fondements pour la prise de décisions dans les diverses sphères d'activité.

Pour ce faire, trois catégories de publications sont produites:

- (1) Les **bulletins de service**, publiés dans le cadre de certains projets, présentent un aperçu des données contenues dans des publications plus détaillées. Ils renferment des données provisoires, publiées dès qu'elles sont produites, et une analyse sommaire.
- (2) Les **publications** contiennent des tableaux statistiques plus détaillés et une analyse approfondie.
- (3) Le **sommaire**, ouvrage publié tous les deux ans en un seul volume, présente une vue d'ensemble de la vie culturelle au Canada et fait ressortir les liens importants entre les différents domaines culturels.

Le présent bulletin, qui appartient à la deuxième catégorie, traite de l'industrie canadienne des journaux et périodiques. Il a été rédigé par B. Zirger avec la collaboration technique de I. McNair.

Le statisticien en chef du Canada,
PETER G. KIRKHAM.



Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/39032004010268>

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	9
Daily Newspapers	
Developments	11
Measures of Growth	13
Advertising Revenue	14
Circulation	15
Per Capita Circulation	16
Language	17
Non-daily Newspapers	
Industry Overview	19
Developments	20
Measures of Growth	21
Advertising Revenue	21
Circulation	22
Per Capita Circulation	24
Language	26
Periodicals	
Industry Overview	29
Roto Magazines	31
Religious and Scholarly Publications	32
Consumer Magazines	32
The Business Press	35
Methodology	
Sources	39
Scope	39
Definitions	40
Treatment of Non-response	40
Sampling and Non-sampling Errors	41
Table	
1. Tabloids 1977	13
2. Daily Newspapers, Advertising and Sales Revenue, 1975 to 1977	14
3. Daily Newspapers, Change in Circulation by Province, 1976 to 1977	16
4. Non-daily Newspapers, Circulation by Category of Publication 1976 to 1977	20
5. Non-daily Newspapers, Births and Deaths Between 1976 and 1977	21
6. Non-daily Newspapers, Advertising and Sales Revenue, 1975 to 1977	22
7. Non-daily Newspapers, Change in Circulation by Province and Territory, 1976 to 1977	23
8. Ethnic Non-daily Newspapers, Change in Circulation by Province, 1976 to 1977	26

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	9
Les quotidiens	
Faits nouveaux	11
Mesures de croissance	13
Recettes au titre de la publicité	14
Tirage	15
Tirage par habitant	16
Langue	17
Journaux non quotidiens	
Un aperçu de l'industrie	19
Faits nouveaux	20
Mesures de croissance	21
Recettes au titre de la publicité	21
Tirage	22
Tirage par habitant	24
Langue	26
Périodiques	
Un aperçu de l'industrie	29
Suppléments de fin de semaine	31
Publications religieuses et savantes	32
Revue canadienne d'intérêt général	32
Publications spécialisées	35
Méthodologie	
Sources	39
Portée	39
Définitions	40
Traitement de la non-réponse	40
Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs	41
Tableau	
1. Les tabloïds en 1977	13
2. Recettes des quotidiens au titre de la publicité et des ventes, 1975 à 1977	14
3. Variation du tirage des quotidiens de 1976 à 1977, selon la province	16
4. Tirage des journaux non quotidiens selon la catégorie, 1976 et 1977	20
5. Création et disparition des journaux non quotidiens en 1976 et 1977	21
6. Recettes des non-quotidiens au titre de la publicité et des ventes 1975 à 1977	22
7. Variation du tirage des non-quotidiens de 1976 à 1977, selon la province ou le territoire	23
8. Variation du tirage des non-quotidiens de langue étrangère de 1976 à 1977, selon la province	26

TABLE OF CONTENTS — Continued

Table	Page
9. Ethnic Non-daily Newspapers, Circulation by Metropolitan Area, 1976 and 1977	27
10. Periodicals Circulation, 1976 and 1977	30
11. Periodicals, Births and Deaths Between 1976 and 1977	30
12. Periodicals, Change in Circulation, 1976 to 1977	30
13. Periodicals, Advertising and Sales Revenue, 1975 to 1977	31
14. Periodicals, Roto Magazines Circulation, 1976 and 1977	31
15. Periodicals, Religious and Scholarly Publications Circulation, 1976 and 1977	32
16. Periodicals, Consumer Magazines Circulation, 1976 and 1977	33
17. Newspapers and Periodicals, Estimates for Non-respondents, 1976 and 1977	42

Chart

1. Daily Newspapers: Circulation Comparison Tabloids vs. Broadsheets, 1976-1977	12
2. Daily Newspapers: Number of Papers Distributed for Every 100 Persons, 1977	17
3. Daily Newspapers: Language Distribution, 1977	18
4. Percentage Distribution of Daily and Non-daily Newspapers Circulation vs. Percentage Distribution of Population, 1977	23
5. Non-daily Newspapers: Number of Papers Distributed for Every 100 Persons, 1977	24
6. Non-daily Newspapers: Language Distribution, 1977	25
7. Periodicals, 1976-1977	36

Appendices

Chart

A1. Net Advertising Revenue by Selected Media, 1956-1977 (Using Ratio Scale)	45
A2. Net Advertising Revenue by Selected Media, 1956-1977 (Using Decimal Scale)	45

TABLE DES MATIÈRES — suite

Tableau	Page
9. Tirage des non-quotidiens de langue étrangère selon la région métropolitaine, 1976 et 1977	27
10. Tirage des périodiques, 1976 et 1977	30
11. Créations et disparitions de périodiques en 1976 et en 1977	30
12. Variation du tirage des périodiques de 1976 à 1977	30
13. Recettes des périodiques au titre de la publicité et des ventes, 1975 à 1977	31
14. Périodiques, tirage des suppléments de fin de semaine, 1976 et 1977	31
15. Périodiques, tirage des publications religieuses et des publications savantes, 1976 et 1977	32
16. Périodiques, tirage des revues d'intérêt général, 1976 et 1977	33
17. Journaux et périodiques, estimation de la non-réponse, 1976 et 1977	42

Graphique

1. Quotidiens: Comparaison entre le tirage des tabloïds et celui de la grande presse, 1976-1977	12
2. Quotidiens: Tirage par 100 habitants, 1977	17
3. Quotidiens: Répartition selon la langue, 1977	18
4. Journaux quotidiens et non quotidiens par rapport à la population, 1977	23
5. Journaux non quotidiens: Tirage par 100 habitants, 1977	24
6. Journaux non quotidiens: Répartition selon la langue, 1977	25
7. Périodiques, 1976-1977	36

Appendices

Graphique

A1. Recettes nettes au titre de la publicité dans certains média, 1956 à 1977 (échelle semi-logarithmique)	45
A2. Recettes nettes au titre de la publicité dans certains média, 1956 à 1977 (échelle décimale)	45

TABLE OF CONTENTS — Concluded

Appendices — Concluded

Table	Page
A1. Newspapers and Periodicals, Circulations by Type of Publication and Language, 1976 and 1977	46
A2. Daily Newspapers, Total Daily Circulation by Census Metropolitan Areas and Language, 1976 and 1977	47
A3. Daily Newspapers, Circulation Analysis by Province and Census Metropolitan Areas, 1977	48
A4. Daily Newspapers, Circulation by Province and City Size, 1977	49
A5. Non-daily Newspapers, Circulation by Province and Language, 1976 and 1977	50
A6. Non-daily Newspapers, Circulation by Language and Census Metropolitan Areas, 1976 and 1977	51
A7. Non-daily Newspapers, Circulation Analysis by Province and Census Metropolitan Areas, 1977	52
A8. Periodicals, Total Circulation per Issue by UNESCO Classification and Language, 1976 and 1977	53
A9. Net Advertising and Sales Revenue, 1975 - 1977	56
Bibliography	57

TABLE DES MATIÈRES — fin

Appendices — fin

Tableau	Page
A1. Journaux et périodiques, tirage selon le genre de publication et la langue, 1976 et 1977	46
A2. Journaux quotidiens, tirage quotidien total selon la région métropolitaine de recensement et la langue, 1976 et 1977	47
A3. Journaux quotidiens, analyse du tirage selon la province et la région métropolitaine de recensement, 1977	48
A4. Journaux quotidiens, tirage selon la province et l'importance de la ville, 1977	49
A5. Journaux non quotidiens, tirage selon la province et la langue, 1976 et 1977	50
A6. Journaux non quotidiens, tirage selon la région métropolitaine de recensement et la langue, 1976 et 1977	51
A7. Journaux non quotidiens, analyse du tirage selon la province et la région métropolitaine de recensement, 1977	52
A8. Périodiques, tirage total par numéro selon la classification de l'UNESCO et la langue, 1976 et 1977	53
A9. Recettes nettes au titre de la publicité et des ventes, 1975 - 1977	56
Bibliographie	57

INTRODUCTION

Canada's first "news-sheet", the *Halifax Gazette*, was published on March 23, 1752. It had 72 subscribers. In the 225 years which followed, journalism in Canada has developed from a weak, non-influential entity into the vast and prominent part of Canadian life we see today.

This publication takes inventory of the Canadian newspaper and periodical industries as they were in 1976 and 1977. It outlines the extent of their market penetration by giving circulation statistics in terms of the population. It discusses developments and growth in terms of rising circulation and advertising revenue, and where applicable outlines problems faced by the many publishers in the industry.

The statistics presented in this publication were not the result of a particular survey carried out by the Culture Sub-division. They were gathered from various published sources. The December 1976 and 1977 issues of the *Canadian Advertising Rates and Data* provided newspaper and periodical titles, and their circulation. Background material was furnished by several publications, in particular the Report of the Special Senate Committee on Mass Media which was chaired by the Honourable Keith Davey. A bibliography of all sources is included in the appendix.

The format of this publication is divided into five sections, one each for daily newspapers, non-daily newspapers, periodicals, methodology and the appendix. The latter contains detailed tables of circulation, revenue, per capita circulation etc. Subtables, taken from these are distributed throughout the text with references to the major table from which they were extracted.

Finally, it is strongly recommended that the section on methodology be read by persons intending to use these statistics, especially those persons doing further research or making policy decisions.

La première feuille de nouvelles publiée au Canada, le *Halifax Gazette*, fut fondée le 23 mars 1752. Elle comptait 72 abonnés. Au cours des années qui suivirent, le journalisme, qui n'était à l'origine qu'un organe dépourvu d'influence, en vint à exercer le rôle de premier plan que nous lui connaissons aujourd'hui.

Le présent bulletin fait état de la situation de l'industrie canadienne des journaux et périodiques en 1976 et 1977. Il fournit des données sur le tirage par rapport à la population qui font voir la place que cette industrie s'est taillée sur le marché. De plus, il traite de l'évolution de la presse sous l'angle de l'augmentation du tirage et des recettes publicitaires et, s'il y a lieu, signale les difficultés auxquelles se heurtent les nombreux éditeurs de journaux et de périodiques.

Les données contenues dans ce bulletin ne sont tirées d'aucune enquête de la Sous-division de la culture; elles ont été recueillies dans diverses publications. Les numéros de décembre 1976 et 1977 de la revue *Canadian Advertising Rates and Data* nous ont donné les titres de journaux et de périodiques et leur tirage. Les renseignements généraux proviennent de plusieurs documents, notamment le Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, dont le président était l'honorable Keith Davey. L'appendice renferme une bibliographie complète.

La présente étude est divisée en cinq parties: quatre portent respectivement sur les quotidiens, les journaux non quotidiens, les périodiques et la méthodologie, et la cinquième, l'appendice, renferme des tableaux détaillés sur les chiffres de diffusion, les recettes, le tirage par habitant, etc. Des tableaux partiels sont répartis dans le texte et font référence au tableau principal dont ils sont extraits.

Nous recommandons vivement aux lecteurs désireux d'utiliser ces statistiques de consulter la section consacrée à la méthodologie, en particulier si leur but est de pousser la recherche ou de prendre des décisions.

Developments

Daily newspapers, as seen in 1976 and 1977, form an industry characterized by large corporate structures and intense competition. It does not, therefore, lend itself to numerous changes within a short period of time. Even apparently minor developments, such as the expansion to a Sunday publication, are carefully studied, but nevertheless risky endeavors.

Five structural developments within this industry are possible:

- (1) The death of an existing publication.
- (2) The expansion of a weekly or semi-weekly newspaper into a daily publication.
- (3) The birth of a new publication.
- (4) The expansion of an existing daily newspaper; for example the addition of a Sunday edition.
- (5) Changes in corporate ownership; viz., mergers, take-overs, etc.

The study of only the first four of these developments were within the limits of this publication. All four occurred during 1976 and 1977.

In 1976 a total of 122 daily newspapers¹ were being published in Canada. Three changes had occurred since the previous year; the death of Montréal's *Le Jour* and the expansion into the daily industry of the *Cobourg Star* (Cobourg, Ontario) and the *Alaska Highway News* (Fort St. John, British Columbia), two previously weekly publications.

A new morning tabloid, the *Ottawa Today*, was established in September 1977. This paper ran into serious financial difficulties however, and folded early in 1978.

September 1977 also saw the launching of the *Toronto Star's* Sunday edition, the *Sunday Star*, thereby becoming the only English paper to publish every day of the week. Its Two French dailies, *Le Journal de Montréal* and *Le Journal de Québec* have been publishing seven days a week since 1964 and 1967, respectively.

One of the more important aspects of change in the daily newspaper industry has been the birth of new dailies. These births most commonly occur as the result of a weekly's expansion into the daily industry. This

¹ Includes *The Daily Racing Form*, Toronto, which publishes seven days a week.

Faits nouveaux

Les données recueillies pour 1976 et 1977 révèlent que l'industrie des quotidiens est caractérisée par la taille importante de ses entreprises, constituées en sociétés, et par la forte concurrence qui s'y exerce. Son évolution n'est donc pas rapide. Tous les changements, si petits soient-ils en apparence (par exemple, la création d'un journal du dimanche), font l'objet d'une étude approfondie, mais n'en constituent pas moins une entreprise hasardeuse.

Cinq changements structurels peuvent être apportés au sein de cette industrie:

- (1) La disparition d'un journal.
- (2) La transformation d'un hebdomadaire ou d'un bihebdomadaire en un quotidien.
- (3) La fondation d'un journal.
- (4) L'édition d'un numéro supplémentaire par un quotidien, par exemple la création d'un journal du dimanche.
- (5) Un changement de propriétaire (fusion d'entreprises, prise en main d'une entreprise par un autre propriétaire, etc.).

Le présent bulletin ne s'intéresse qu'aux quatre premiers changements. Des transformations de tous ces genres se sont produites en 1976 et 1977.

En 1976, les entreprises de presse ont publié 122 quotidiens¹ au Canada. Cette année-là, trois changements ont eu lieu: la disparition du journal *Le Jour* de Montréal et la transformation de deux hebdomadaires en quotidiens, à savoir le *Cobourg Star* (diffusé à Cobourg, en Ontario) et le *Alaska Highway News* (qui paraît à Fort St. John, en Colombie-Britannique).

En septembre 1977, un tabloïd du matin, le *Ottawa Today*, a été créé. L'administration de ce journal a cependant dû fermer ses portes au début de 1978 à cause de difficultés financières graves.

Toujours en septembre 1977, le *Toronto Star* a lancé une édition du dimanche, le *Sunday Star*, devenant ainsi le seul journal de langue anglaise publié tous les jours de la semaine. Deux journaux de langue française, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*, sont publiés tous les jours depuis 1964 et 1967 respectivement.

La création de quotidiens a été l'un des faits qui ont le plus marqué l'évolution de cette industrie. Dans la plupart des cas, il s'agit d'hebdomadaires qui ont été transformés en quotidiens au moment où, bien sûr, ils pouvaient

¹ Comprend *The Daily Racing Form*, journal de Toronto publié sept jours par semaine.

occurs naturally when the community has become large enough to support such a publication.

During the past 15 years, however, the industry has seen the emergence of a new style of daily newspaper; the morning tabloid. In that time four tabloids have been introduced into large cities in which direct competition from other major dailies would have made the survival of another traditional "broadsheet" impossible. Although the *Ottawa Today* failed, morning tabloids in Montréal,² Québec City, and Toronto continued to flourish. Approximately 11% of the daily circulation in Canada was accounted for by six tabloids in 1977. Yet these six tabloids were only 4.9% of 123 dailies published in that year.

compter sur une clientèle plus nombreuse par suite de l'accroissement de la population.

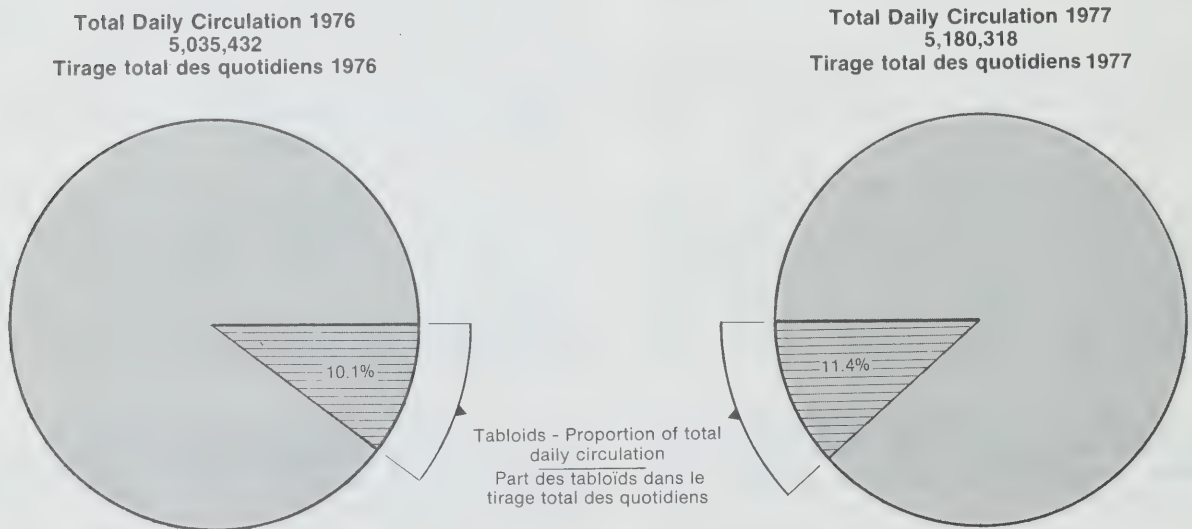
Au cours des 15 dernières années, nous avons assisté à l'apparition de quotidiens d'un nouveau genre: les feuilles populaires, ou tabloids, du matin. Pendant cette période, quatre tabloids ont été lancés dans de grandes villes où un journal à gros tirage de formule conventionnelle n'aurait pu résister à la concurrence directe de la grande presse. Quoique le *Ottawa Today* ait disparu, les tabloids du matin jouissent de plus en plus de la faveur du public de Montréal², de Québec et de Toronto. En 1977, environ 11 % du tirage des quotidiens au Canada revenaient à six tabloids qui, pourtant, ne comptaient que pour 4.9 % des 123 quotidiens publiés cette année-là.

Chart — 1

Graphique — 1

Daily Newspapers: Circulation Comparison Tabloids vs. Broadsheets, 1976-1977

Quotidiens: Comparaison entre le tirage des tabloids et celui de la grande presse, 1976-1977



The *Toronto Sun* (established 1971) added a Sunday edition, the *Sunday Sun*³ in 1973, and launched a sister publication in Edmonton in January 1978. The *Calgary Albertan*, a former broadsheet, converted to the tabloid format in 1977, and can probably attribute some of its 10.2% increase in circulation to this change.

Le *Toronto Sun* (publié pour la première fois en 1971) a lancé un journal du dimanche, le *Sunday Sun*³ en 1973, puis en a créé un autre à Edmonton en janvier 1978. Le *Calgary Albertan*, qui était autrefois un grand quotidien, a été converti en feuille populaire en 1977. Il se peut fort bien que l'augmentation de son tirage (10.2 %) tienne en partie à cette transformation.

² Le *Journal de Montréal* joined an existing tabloid *Montréal Matin* (established 1930).

³ The *Toronto Sun* does not publish Saturdays.

² Le *Journal de Montréal* s'est ajouté au tabloïd du matin, *Montréal Matin*, fondé en 1930.

³ Le *Toronto Sun* ne paraît pas le samedi.

TABLE 1. Tabloids, 1977
TABLEAU 1. Les tabloïds en 1977

	Number of dailies in the city — Nombre de quotidiens dans la ville	Tabloid circulation — Tirage du tabloïd	Per cent of total city circulation — Pourcentage du tirage total dans le centre urbain
Calgary <i>Albertan</i>	2	39,988	24.4
Ottawa <i>Today</i>	4	30,000	11.4
Toronto <i>Sun</i>	9	159,894	16.1
Le Journal de Montréal.	6	305,139	36.3
Montréal <i>Matin</i>			
Le Journal de Québec	2	52,837	26.9
Canada	123	587,858	11.4

There are several reasons for the success of these papers in areas where another broadsheet daily could not survive. Firstly, the tabloids are catering to a different facet of the market. John Hamilton, publisher of the *Calgary Albertan* made this comment to a special report on the media:⁴ "We're (tabloids) bouncy and breezy without being sensational. Our format of tight editing rules related to young people brought up on television. They're used to brief presentation of news." Secondly, morning tabloids are compact, making them more convenient to read on public transportation systems. This is especially important in large metropolitan areas where so much time is spent travelling to and from work. Finally, the news items are not only short but also place more emphasis on local events and sports. Therefore, as the tabloid appeals to a different segment of the market, there is little danger that an advertiser would duplicate his effort by using a tabloid as well as a broadsheet paper in the same city. This is important since the profitability of a newspaper depends upon its ability to generate advertising revenue. For these reasons tabloids should not only survive but should also grow in number in years to come.

Measures of Growth

Advertising revenue and circulation figures provide the newspaper industry with a yard (metre) stick by which growth can be measured. The two measures are intimately related, in that growth in one is virtually synonymous with growth in the other.

Without an audience, advertising is wasted. The number of listeners to a radio station, viewers of a television programme and readers of a newspaper or periodical directly help to determine how much adver-

Plusieurs facteurs interviennent dans le succès des journaux populaires, dans des zones de diffusion où un grand quotidien supplémentaire n'aurait pu survivre. En premier lieu, la presse populaire s'adresse à une autre clientèle. L'éditeur du *Calgary Albertan*, M. John Hamilton, a déclaré dans le cadre d'un rapport spécial sur les organes d'information que les tabloïds sont dynamiques et peu orthodoxes, sans toutefois être à l'affût du sensationnel. L'esprit de synthèse dans lequel ils rendent compte de l'actualité plaît à la nouvelle génération, née avec la télévision et habituée à une présentation sommaire des nouvelles⁴. En outre, les tabloïds du matin sont compacts et se lisent ainsi plus facilement dans les véhicules de transport public. Cette qualité est essentielle dans les grandes régions métropolitaines où les déplacements entre la maison et le lieu de travail demandent beaucoup de temps. Enfin, les nouvelles sont non seulement brèves, mais en plus elles portent davantage sur les faits d'intérêt local et les sports. Comme les tabloïds s'adressent à une clientèle différente de celle des grands quotidiens, il est probable qu'un annonceur fasse paraître des réclames et dans un tabloïd et dans un grand quotidien diffusés dans la même ville. Or, vu que la vitalité d'un journal dépend de ses recettes publicitaires, la survie des tabloïds n'est pas menacée. Au contraire, ces journaux sont appelés à accroître leur tirage au cours des prochaines années.

Mesures de croissance

Les recettes au titre de la publicité et le tirage sont des indicateurs de l'expansion d'un journal. Ces deux éléments sont étroitement liés, car la progression marquée de l'un s'accompagne presque forcément d'un phénomène semblable de l'autre.

Sans public, la publicité serait vaine. Si l'on connaît le nombre des personnes qui écoutent un poste de radio, regardent une émission de télévision et lisent un journal ou un périodique, il est plus facile de déterminer la quantité

⁴ *The Financial Post*, November 19, 1977.

⁴ *Financial Post*, 19 novembre 1977.

tising a medium can attract and how much it can charge. Yet in the absence of advertising, the enormous costs of newspaper and periodical production would have to be passed on to the consumer. This would of course severely affect the number of publications available, since few consumers would be willing to pay three or four times the present rates (if not more) for the newspapers and magazines they read.

As Table 2 demonstrates, sales revenue accounted for approximately 23% of total daily newspaper revenue. The small change paid by the consumer for his daily paper would therefore cover distribution costs and, at best, the costs of newsprint.

The Special Senate Committee on Mass Media report described the relationship between the audience, non-advertising content and advertising as follows:

“Non-advertising content – news, information and entertainment – is the primary means of attracting readers, listeners and viewers. Advertisements, in the strict sense, are of secondary importance and interest to the vast majority of the audience, although advertisements also contribute to informing (and to a lesser degree, to entertaining) the audience. But, in the strict economic sense, media require an audience primarily to provide customers for the firms that buy advertising in the media in order to sell their goods and services.⁵”

Advertising revenue – The 1976 daily newspaper advertising revenue showed a 17.1% increase over the previous year; 3.4% higher than the Maclean-Hunter Research Bureau predictions. This bureau indicated that a further 5.8% increase for 1977, from \$624 million to \$660 million, was likely. In light of the actual 1976 performance however; the advertising revenue for 1977 would probably have exceeded \$700 million.

d’annonces qu’un organe d’information peut vendre et les recettes qu’il peut en retirer. Sans la publicité, il faudrait que le consommateur assume les frais exorbitants de production des journaux et des périodiques. Il va sans dire que cela réduirait considérablement le nombre des publications offertes, car peu de consommateurs seraient disposés à payer le triple ou le quadruple de ce qu’ils payent actuellement, sinon davantage, pour acheter des journaux et des revues.

Comme le montre le tableau 2, les recettes au titre des ventes représentent environ 23 % des recettes totales des quotidiens. Les quelques sous versés par le consommateur ne couvriraient donc que les frais de diffusion et, au mieux, le coût du papier.

Dans son rapport, le Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse décrit de la façon suivante les liens entre le public, le contenu non publicitaire et la publicité:

“Le contenu non publicitaire, à savoir les informations, les renseignements et les divertissements, sont le principal moyen d’attraction des lecteurs, auditeurs et téléspectateurs. La publicité, sur le plan strict du contenu, ne présente pour la vaste majorité du public qu’une importance et un intérêt secondaires, bien qu’elle contribue également à informer (et à un degré moindre, à divertir) le public. Mais, sur le plan strictement économique, les moyens de diffusion ont besoin d’un public surtout pour fournir des clients aux sociétés qui y font de la publicité afin de vendre leurs biens et leurs services⁵.”

Recettes au titre de la publicité – En 1976, les recettes au titre de la publicité des quotidiens se sont accrues de 17.1 % par rapport à l’année précédente, soit 3.4 points de plus que le chiffre prévu par le bureau de recherche de la société *Maclean-Hunter Ltd.* D’après ce bureau, les recettes à ce poste étaient censées augmenter de 5.8 % en 1977, passant de \$624 millions à \$660 millions. Etant donné la hausse affichée en 1976, nous croyons qu’elles dépasseront probablement \$700 millions.

⁵ *Special Senate Committee on Mass Media*, Volume II, page 119.

⁵ *Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse*, volume II, page 129.

TABLE 2. Daily Newspapers, Advertising and Sales Revenue, 1975 to 1977

TABLEAU 2. Recettes des quotidiens au titre de la publicité et des ventes, 1975 à 1977

Source of revenue — Source des recettes	Daily newspapers — Quotidiens			Weekend supplements — Suppléments de fin de semaine		
	1975	1976	1977	1975	1976	1977
	thousands of dollars — milliers de dollars					
Advertising — Publicité	564,638	661,422	700,000 ^e	23,134	25,790	23,000 ^e
Sales — Ventes	168,030	187,696	..	6,646	5,040	..
Total	732,668	849,118	..	29,780	30,830	..

Note: Reference: Table A9. — Nota: Référence: tableau A9.

Chart A1 compares the 1956 to 1977 advertising revenue of five media; daily and weekly newspapers, periodicals, radio and television. Daily newspapers (including weekend supplements) have shown a steady increase in advertising revenue over the years, with a somewhat sharper increase since 1971. Weeklies and periodicals, which will be discussed in later sections, have exhibited a more erratic behavior.

The graph displays, in particular, the strong competition for advertising dollars between the print and broadcast media. Until 1971, radio and television advertising revenue grew at a much faster rate than that of daily newspapers. Since then the gap between them has remained relatively constant.

Circulation — Changes in circulation are a second measure of newspaper performance. These figures, however, are more difficult to interpret. For example, the gross changes in circulation volume by province (Table 3) are affected by two factors:

- (1) Changes in the number of available readers (population effect).
- (2) Changes in consumption patterns.

Consumption patterns themselves are influenced by such forces as demography (i.e., urban-rural split in population) and sociological (i.e., cultural) differences. It is quite difficult, though, to separate the population effect from the more interesting consumption effect using present data sources. Thus the reasons for the distinctly different growth pattern between provinces can only be speculated upon.

Overall, Canadian daily newspapers circulated approximately 5,032,000 copies per day in 1976. The circulation of the same 122 papers rose by 2.3% in 1977 to 5,130,000 copies per day.⁶ Alberta's growth of 5.0%, the highest in Canada was a full 1.5 percentage points greater than the second ranking province, Newfoundland at 3.5%. A substantial portion of this growth can be attributed to population increases resulting from a stronger western economy. The healthy circulation growth in the Maritime provinces (especially Newfoundland) on the other hand, might be due more to changes in consumption patterns rather than population changes.

Le graphique A1 renferme des données comparatives sur les recettes publicitaires de cinq organes d'information (quotidiens, hebdomadaires, périodiques, radio et télévision) pour les années 1956 à 1977. Pendant cette période, les recettes des quotidiens (y compris les suppléments de fin de semaine) ont augmenté de façon soutenue, à un rythme plus rapide depuis 1971. Les recettes des hebdomadaires et des périodiques, publications dont il sera question plus tard, ont progressé d'une façon moins régulière.

Ce graphique fait état, en particulier, de la forte concurrence qui s'exerce entre la presse écrite et les organismes de radiodiffusion en matière de publicité. Jusqu'en 1971, les recettes publicitaires de la radio et de la télévision se sont accrues à un rythme beaucoup plus rapide que celles des quotidiens. Depuis lors, l'écart est resté relativement constant.

Tirage — Les variations du tirage constituent un autre indicateur de la vitalité d'un journal. Il est cependant plus difficile d'interpréter les chiffres de diffusion que les recettes publicitaires. Par exemple, les variations brutes du volume de diffusion d'un journal selon la province (tableau 3) sont liées à deux éléments:

- (1) Les variations du nombre de lecteurs éventuels (facteurs démographiques) et
- (2) l'évolution des habitudes de consommation.

Les habitudes de consommation en soi sont tributaires de facteurs tels que les caractéristiques démographiques (par ex., répartition de la population entre les régions urbaines et les régions rurales) et les différences sociologiques (par ex., culturelles). Il est cependant assez difficile, avec les ressources dont nous disposons actuellement, d'isoler des facteurs démographiques les habitudes de consommation, qui revêtent davantage d'intérêt. C'est pourquoi nous ne pouvons déterminer avec certitude les raisons pour lesquelles les chiffres de diffusion varient d'une province à l'autre.

Le tirage global des 122 quotidiens canadiens a atteint environ 5,032,000 exemplaires par jour en 1976. L'année suivante, il est passé à 5,130,000 exemplaires, soit une hausse de 2.3 %⁶. C'est en Alberta que l'augmentation la plus appréciable (5.0 %) a été enregistrée, cette province devançant Terre-Neuve de 1.5 points. L'augmentation du tirage des quotidiens de l'Alberta tient en grande partie à l'accroissement démographique lié à la vigueur de l'économie de l'Ouest. Par contre, il est possible que celle des quotidiens des Maritimes (surtout de Terre-Neuve) dépende plutôt de l'évolution des habitudes de consommation.

⁶ Excludes the *Ottawa Today's* circulation (30,000).

⁶ Cela ne comprend pas le tirage du *Ottawa Today* (30,000 exemplaires).

TABLE 3. Daily Newspapers, Change in Circulation by Province, 1976 to 1977
TABLEAU 3. Variation du tirage des quotidiens de 1976 à 1977, selon la province

Province	Number of dailies — Nombre de quotidiens	Circulation — Tirage		Total change — Variation absolue	Percentage change — Taux de variation
		1976	1977		
Newfoundland — Terre-Neuve	3	52,246	54,093	1,847	3.5
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard . .	3	31,216	31,922	706	2.3
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	6	169,160	173,998	4,838	2.9
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	6	137,196	139,607	2,411	1.8
Québec	13	1,136,778	1,165,279	28,501	2.5
Ontario ¹	50	2,168,528	2,237,451	38,923	1.8
Manitoba	8	260,977	269,227	8,250	3.2
Saskatchewan	4	130,971	134,564	3,593	2.7
Alberta	8	382,925	401,912	18,987	5.0
British Columbia — Colombie-Britannique	21	565,435	572,265	6,830	1.2
Canada	122	5,035,432	5,150,318	114,886	2.3

¹ The *Ottawa Today* (circulation 30,000) is not included. — Ne comprend pas le *Ottawa Today* (tirage de 30,000).
Note: Reference: Table A2. — Nota: Référence: tableau A2.

Per Capita Circulation

The per capita circulation⁷ figures when multiplied by 100 give the number of daily newspapers circulated for every one hundred persons in a given area. It is calculated using the expression:

$$\text{circulation per hundred persons} = \frac{\text{total circulation}}{\text{population}} \times 100$$

By removing the effect of differences in population, per capita circulation provides a rough comparison of regional consumption patterns at a single point in time.

A provincial comparison of the 1977 figures shows Ontario and Prince Edward Island with the highest per capita circulation of 27.1 and 27.0 copies, respectively, for every one hundred persons. Manitoba followed closely with 26.4 copies.

Quebec registered amongst the lower per capita circulations (18.7 copies per hundred persons) in Canada. One of the factors contributing to this figure is the two language market served by Quebec dailies. Three of the province's thirteen papers in 1977 were published in English, accounting for 26.2% of the total circulation. A second factor is the popularity of Quebec's other media. The province's weeklies, for example, have among the highest per capita circulation in Canada. Furthermore, the Davey Committee stated that television, as a news medium, is more important than newspapers for French Canadians in both Quebec and Ontario.

⁷ Per private household circulations are also reported in Tables A3 and A7.

Tirage par habitant

En multipliant par 100 le tirage par habitant⁷, on obtient le tirage des quotidiens pour 100 personnes dans une zone donnée. Voici la formule utilisée:

$$\text{tirage par 100 habitants} = \frac{\text{tirage total}}{\text{population}} \times 100$$

Parce qu'il supprime l'effet créé par les différences démographiques, le tirage par habitant permet de comparer sommairement les habitudes de consommation régionales à un moment particulier.

Il ressort de la comparaison des données provinciales que les quotidiens de l'Ontario et de l'Île-du-Prince-Édouard se classent au premier rang (tirage respectif de 27.1 et 27.0 exemplaires pour 100 personnes), suivis de près par ceux du Manitoba (26.4 exemplaires).

Les quotidiens du Québec comptent parmi ceux dont le tirage par habitant est le plus faible (18.7 exemplaires pour 100 personnes). Cela s'explique en partie par le fait qu'ils servent deux collectivités linguistiques. Sur treize quotidiens publiés au Québec en 1977, trois étaient de langue anglaise, et leur chiffre de diffusion représentait 26.2 % du tirage global dans cette province. De plus, les autres organes d'information sont très populaires auprès du public québécois. Par exemple, les hebdomadaires ont le tirage par habitant le plus fort au Canada. Enfin, comme l'a déclaré le comité Davey dans son rapport, les francophones du Québec et de l'Ontario préfèrent l'information télévisée à la presse écrite.

⁷ Le tirage par ménage privé est également indiqué aux tableaux A3 et A7.

Chart — 2

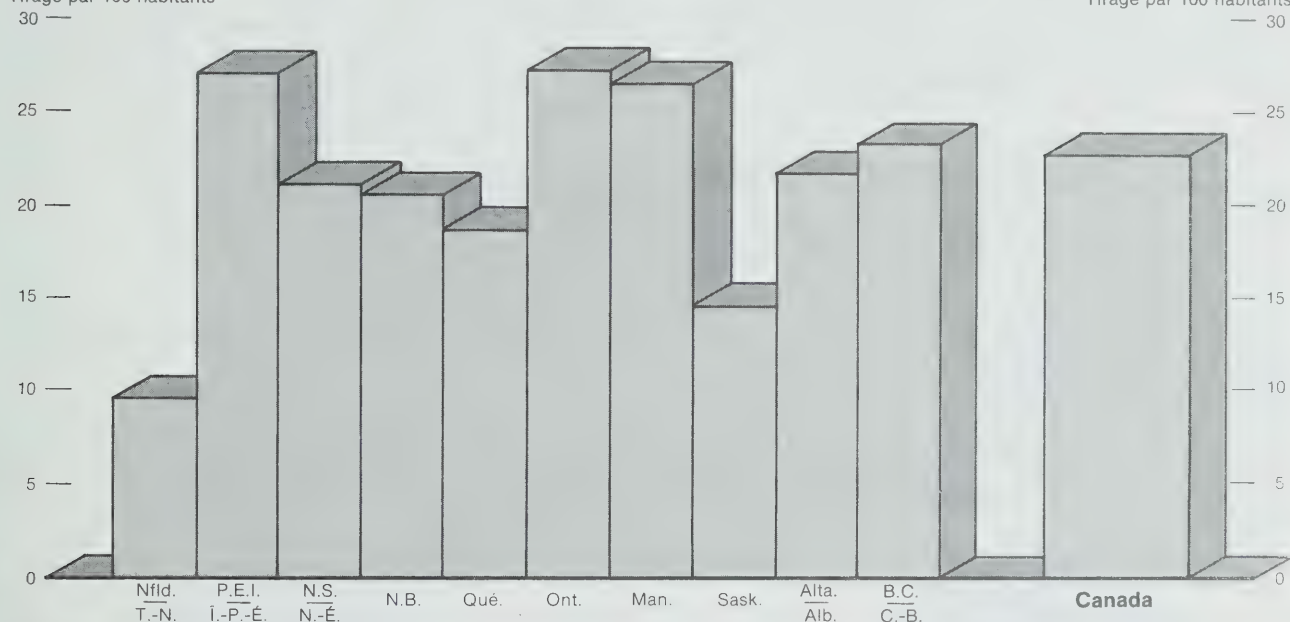
Graphique — 2

Daily Newspapers: Number of Papers Distributed for Every 100 Persons, 1977

Quotidiens: Tirage par 100 habitants, 1977

Circulation per 100 population
Tirage par 100 habitants

Circulation per 100 population
Tirage par 100 habitants



Reference: Table A.3. — Référence: Tableau A.3.

Some of the per capita circulation differences between provinces are due to the extent of urbanization. Almost half (53) of the 123 daily newspapers in Canada are located in census defined metropolitan areas whose populations exceed 100,000. Another 36 dailies publish in centers whose population registered between 25,000 and 100,000 (see Table A4). The bulk of a daily newspaper's circulation serves residents of the centers in which they are located. Smaller surrounding communities are also served by these dailies, although to a lesser extent as the distance increases. Thus, in provinces in which such communities are more prominent, one would expect a high per capita circulation for weekly papers. This is discussed in more detail under non-daily newspapers.

Certaines variations provinciales dépendent du degré d'urbanisation. Près de la moitié (53) des 123 quotidiens au Canada sont diffusés dans des régions métropolitaines de recensement dont la population est supérieure à 100,000 habitants. Trente-six autres paraissent dans des centres où la population se situe entre 25,000 et 100,000 habitants (tableau A4). Les quotidiens sont lus surtout par les habitants de la zone dans laquelle ils sont diffusés. Les habitants des agglomérations avoisinantes plus petites lisent également ces quotidiens, mais dans une proportion moindre au fur et à mesure que la distance augmente. Dans les provinces où il y a davantage d'agglomérations de ce genre, on s'attend que le tirage par habitant des hebdo soit élevé. Cette question sera traitée de façon plus approfondie dans la partie consacrée aux journaux non quotidiens.

Language

Daily newspapers were published in four languages in Canada during 1976 and 1977; English, French, Chinese, and Italian. Chart 3 shows the distribution of circulation by language. The 18 non-English dailies accounted for 18.7% of the total 1977 circulation in Canada. Ten of the 12 French language dailies were published in Quebec. The other two were

Langue

En 1976 et en 1977, les quotidiens ont été publiés dans quatre langues: l'anglais, le français, le chinois et l'italien. Au graphique 3, les données sur le tirage sont ventilées selon la langue. Les 18 journaux qui ne sont pas de langue anglaise ont contribué pour 18.7 % du tirage global en 1977. Sur les 12 journaux de langue française, dix ont été publiés au Québec. Les deux autres ont été

located in Ottawa (*Le Droit*) and Moncton, New Brunswick (*L'Évangéline*); areas where the francophone community (by mother tongue) were 34.9% and 31.4% of the population, respectively.⁸

A total of five Chinese dailies (three in Vancouver, and two in Toronto) and the one Italian daily (Toronto) make up 0.9% of the total daily circulation (4.8% of the non-English circulation). These figures describe one of the aspects of multiculturalism in Canada.

diffusés à Ottawa (*Le Droit*) et à Moncton, au Nouveau-Brunswick (*L'Évangéline*). Dans ces deux régions, les francophones (c'est-à-dire les habitants dont la langue maternelle est le français) comptent respectivement pour 34.9 % et 31.4 % de la population⁸.

Le tirage des cinq quotidiens de langue chinoise (trois à Vancouver et deux à Toronto) et du seul quotidien de langue italienne (Toronto) représente 0.9 % du volume total de diffusion (ou 4.8 % du tirage des quotidiens qui ne sont pas de langue anglaise). Ces chiffres illustrent un des aspects du multiculturalisme au Canada.

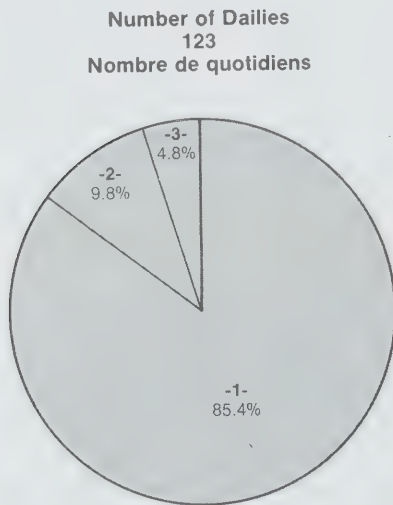
⁸ Source: Catalogue 92-821 (Bulletin 2.2) 1976 Census - Population: Demographic Characteristics by Mother Tongue.

⁸ Source: Recensement du Canada de 1976, Population: Caractéristiques démographiques - Langue maternelle, n° 92-821 au catalogue de Statistique Canada.

Chart — 3

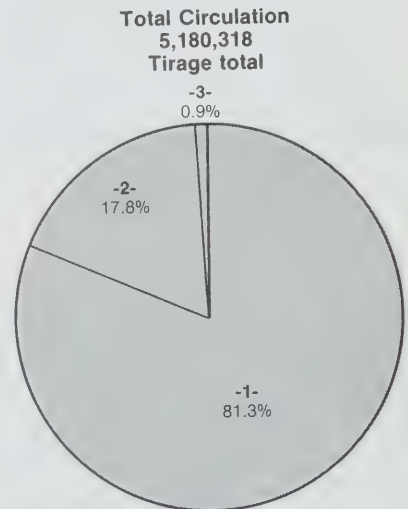
Daily Newspapers: Language Distribution, 1977
Quotidiens: Répartition selon la langue, 1977

Graphique — 3



-1- English
Anglais

-2- French
Français



-3- Other
Autres

NON-DAILY NEWSPAPERS

Industry Overview

Non-daily newspapers can be grouped into three distinct categories:

- (1) Pop weeklies.
- (2) University newspapers.
- (3) Community newspapers.

Each of these categories is distinguished from the others by their content and their audience.

Pop weekly tabloids, with such zippy names as *Allo Police* and *Photo Vedettes*, focus on topics "that have sustained the penny press since the nineteenth century: crime, sports, *le grand monde*, and pretty girls".⁹ Although they are published in only one Canadian province, Quebec, pop weeklies are certainly not unique to that province. Tabloids like the *National Inquirer* which originate in the United States are very popular throughout Canada. In 1977 this particular tabloid circulated 305,499 copies per issue, an increase of 27.7% over the 1976 circulation of 239,150 copies.¹⁰ The *National Inquirer's* 1977 circulation was equivalent to more than one quarter of the total Canadian pop weekly circulation.

Unlike the pop weeklies, whose distribution areas encompass the whole province of Quebec, university and community newspapers serve very specific, small communities throughout Canada. The university press, of course, serves the student populations of the various Canadian campuses. These papers have been criticized as being "unprofessional, shrill, scurrilous, radical, tasteless, inaccurate, obscene and wildly unrepresentative of their campus audiences. As a communication medium, the student press has always been ineffective. But as a training-ground for journalists, Alexander Ross, Peter Gzowski, Pierre Berton, Stephen Leacock, Ross Munro, John Dauphinee, it has been unexcelled".¹¹

Finally, the community press is found in remote regions as well as communities within large metropolitan areas. Unlike daily newspapers which focus on world, national and major municipal events, community papers concentrate on individuals and local happenings.

⁹ *Special Senate Committee on Mass Media*, Volume I, page 97.

¹⁰ *The Magazine Association of Canada*, Sales Bulletin No. 1-78, January 3, 1978.

¹¹ *Special Senate Committee on Mass Media*, Volume I, page 186.

JOURNAUX NON QUOTIDIENS

Un aperçu de l'industrie

Les journaux dont la diffusion n'est pas quotidienne peuvent être groupés en trois catégories distinctes:

- (1) Les hebdomas pop.
- (2) Les journaux étudiants.
- (3) Les journaux locaux.

Chacune de ces catégories se distingue par le contenu de la publication et le genre d'audience.

Les hebdomas pop portent des noms frappants comme *Allo Police* et *Photo Vedettes*, et puisent aux sources "qui soutiennent tous les journaux à potins depuis le XIX^e siècle: le crime, les sports, les spectacles, le grand monde et les jolies filles"⁹. Bien qu'au Canada, seul le Québec ait ses propres hebdomas pop, les habitants de cette province ne sont pas les seuls à aimer ce genre de journaux. En effet, les tabloids comme le *National Inquirer*, qui paraissent aux États-Unis, sont très populaires auprès des Canadiens. Le tirage du *National Inquirer* est passé de 239,150 exemplaires par numéro en 1976 à 305,499 en 1977, soit une hausse de 27.7%¹⁰, et correspond à plus du quart du chiffre total de diffusion des hebdomas pop au Canada.

Contrairement aux feuilles populaires, dont les zones de diffusion s'étendent à tout le Québec, les journaux étudiants et les journaux locaux sollicitent des clientèles restreintes et très particulières dans tout le Canada. Les journaux étudiants s'adressent, cela va de soi, à la population étudiante des diverses universités canadiennes. On a dit d'eux qu'ils sont "amateurs, criards, grossiers, radicaux, sans goût, sans précision, obscènes et très peu représentatifs de leurs lecteurs des campus. En tant qu'organe de communications, la presse étudiante a toujours été inefficace. Mais il n'y a pas eu meilleure école de formation pour des journalistes comme Alexander Ross, Peter Gzowski, Pierre Berton, Stephen Leacock, Ross Munro et John Dauphinee"¹¹.

Les journaux locaux paraissent dans les régions éloignées ainsi que dans les agglomérations de grandes régions métropolitaines. Contrairement aux quotidiens, qui rendent compte principalement de l'actualité internationale et nationale et des principaux événements régionaux, les journaux locaux traitent essentiellement des gens et des événements d'intérêt local.

⁹ Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, volume I, page 107.

¹⁰ *Association des magazines canadiens*, bulletin de vente n° 1-78, 3 janvier 1978.

¹¹ Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, volume I, pp. 185 et 186.

TABLE 4. Non-daily Newspapers, Circulation by Category of Publication, 1976 and 1977
TABLEAU 4. Tirage des journaux non quotidiens selon la catégorie, 1976 et 1977

Category Catégorie	1976	1977
Pop weeklies – Hebdomadaires pop:		
Number in category – Nombre dans la catégorie	16	16
Number of reports – Nombre de déclarations	16	16
Total reported circulation – Tirage total déclaré	1,186,118	1,166,937
University newspapers – Journaux étudiants:		
Number in category – Nombre dans la catégorie	90	86
Number of reports – Nombre de déclarations	87	82
Total reported circulation – Tirage total déclaré	1,245,852	960,993
Community newspapers – Journaux locaux:		
Number in category – Nombre dans la catégorie	1,123	1,134
Number of reports – Nombre de déclarations	1,089	1,117
Total reported circulation – Tirage total déclaré	8,889,577	9,827,533
Total:		
Number in category – Nombre dans la catégorie	1,229	1,336
Number of reports – Nombre de déclarations	1,192	1,215
Total reported circulation – Tirage total déclaré	11,321,547	11,955,463

Note: Reference: Table A1. – Nota: Référence: tableau A1.

An idealized version of what a weekly newspaper does was given at the 1970 Winnipeg convention of the Canadian Weekly Newspaper Association (CWNA), by the retiring president Gerald Craven:

“The role of the weekly newspaper is to mirror faithfully and conscientiously the community to the community, to provoke it where necessary, to praise it whenever possible, to defend it faithfully but always to serve it best by penetrating with the local news to a depth not possible with any other media.¹²”

Developments

The non-daily newspaper industry exhibits many changes from year-to-year. The annual volume of births and deaths is so large that they cannot be specifically itemized as in the manner of daily newspapers. In 1977 the non-daily press consisted of 1,236 newspapers, an increase of seven from the previous year. But this apparently small change was the net result of 92 births and 85 deaths in the industry.

Deaths in the non-daily industry result either from cessation of publication, or the expansion of a

À l’occasion du congrès de la *Canadian Weekly Newspaper Association* (CWNA) tenu à Winnipeg en 1970, le président sortant, M. Gerald Craven, a présenté une image idéalisée de ce qu’est un hebdo:

“Le rôle de l’hebdomadaire est de refléter fidèlement la communauté où il vit, de la provoquer lorsque nécessaire, de la féliciter aussi souvent que possible, de la défendre fidèlement, mais encore et toujours de la servir au mieux en approfondissant la nouvelle locale, ce que les autres media ne peuvent faire¹².”

Faits nouveaux

L’industrie des journaux non quotidiens fait l’objet de nombreux changements d’une année à l’autre. Il y a tant de journaux de ce genre qui font leur apparition ou qui disparaissent en un an que nous ne pourrions les passer en revue un à un. En 1977, on en comptait 1,236, soit sept de plus que l’année précédente. Cette variation apparemment légère résulte cependant de la fondation de 92 journaux et de la disparition de 85 autres.

La disparition des journaux non quotidiens est due à la suppression d’une publication ou à la transformation

¹² *Special Senate Committee on Mass Media*, Volume 1, page 143.

¹² Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, volume 1, page 159.

weekly newspaper into the daily industry. Examples of this latter change were discussed under Developments in Daily Newspapers.

d'un hebdo en quotidien. Il a été question de ce dernier point dans la section consacrée aux quotidiens.

TABLE 5. Non-daily Newspapers, Births and Deaths Between 1976 and 1977
TABLERAU 5. Création et disparition des journaux non quotidiens en 1976 et 1977

Category — Catégorie	Total number in 1976 — Nombre total en 1976	Number of births — Nombre de créations	Number of deaths — Nombre de disparitions	Total number in 1977 — Nombre total en 1977
Pop weeklies — Hebdomadaires pop	16	—	—	16
University newspapers — Journaux étudiants	90	—	4	86
Community newspapers — Journaux locaux	1,123	92	81	1,134
Total	1,229	92	85	1,336

The large number of births every year can be attributed, at least in part, to the development of the offset press. Approximately 85% of the community weekly papers are now using the offset process, a method which uses printing plates that are photographic negatives of the page to be printed. Thus the pages of the paper can be “made up” by clipping and pasting copy onto sheets of paper the size of the finished product. The tasks of publishing a small weekly can, therefore, be handled easily by the publisher in co-operation with a contract printer who does the composing and printing. In fact the offset press technology is so cost efficient that 48 Canadian dailies, in particular the smaller papers, were being printed by this method in February 1976.¹³

There was yet another development which aided the growth of non-daily newspapers. During the 1960's there was a “shift” in many areas towards the use of a single centralized composing and printing plant by a number of weekly newspapers, thereby markedly reducing overhead costs for each individual newspaper. This development was particularly encouraged in larger metropolitan areas, where growth in population provided the opportunity for new weeklies to develop, and established ones to extend their circulation. In rural areas, however, significant centralization was hampered by the distance between centers.

Measures of Growth

Advertising revenue — Non-daily newspapers have had a steady growth in advertising revenue since 1974 (see Chart A1). The revenue for 1976 was 7.6% higher than the previous year's. A further 9.3% increase was predicted for 1977 by the Maclean-Hunter Research Bureau. This estimate seems reasonable in light of recent circulation increases.

L'apparition d'un grand nombre de journaux chaque année peut être attribuée, au moins en partie, à l'avènement de la presse offset. Environ 85 % des hebdomadaires locaux sont maintenant imprimés selon le procédé offset. Dans cette technique, les plaques d'imprimerie sont tout simplement des négatifs de la page à imprimer. On peut ainsi “composer” les pages du journal en découpant et en collant des textes sur des feuilles de papier de la dimension du produit fini. L'éditeur peut donc sans difficulté publier un petit hebdo en collaboration avec un imprimeur à contrat qui s'occupe de la composition et de l'impression. En fait, la presse offset est rentable à un point tel que 48 quotidiens canadiens, surtout des feuilles à faible tirage, étaient publiés selon ce procédé en février 1976¹³.

Un autre facteur a contribué à l'essor des journaux non quotidiens: la centralisation des services de composition et d'impression. Au cours des années 60, dans bien des régions, un certain nombre d'entreprises de presse se sont mises à recourir à un seul service centralisé de composition et d'impression, réduisant ainsi considérablement leurs frais généraux respectifs. Cette pratique a été particulièrement utilisée dans les grandes régions métropolitaines, où l'accroissement démographique a favorisé la création de nouveaux hebdomadaires et l'expansion de ceux qui existaient déjà. Dans les régions rurales, toutefois, les distances ont entravé la centralisation poussée de ces services.

Mesures de croissance

Recettes au titre de la publicité — Depuis 1974, les recettes de publicité des journaux non quotidiens se sont accrues de façon soutenue (graphique A1). De 1975 à 1976, elles ont affiché une hausse de 7.6 %, et le bureau de recherche de la société *Maclean-Hunter Ltd.* a prévu une augmentation de 9.3 % pour 1977. Cette estimation semble juste, compte tenu des récentes augmentations du tirage.

¹³ *Canadian Printer and Publisher*, February 1976.

¹³ *Canadian Printer and Publisher*, février 1976.

TABLE 6. Non-daily Newspapers, Advertising and Sales Revenue, 1975 to 1977
TABLEAU 6. Recettes des non-quotidiens au titre de la publicité et des ventes, 1975 à 1977

Source of revenue — Source des recettes	1975	1976	1977
	thousands of dollars — milliers de dollars		
Advertising — Publicité	79,965	86,000 ^e	94,000 ^e
Sales — Ventes	22,914	25,883	..
Total	102,879	111,883	..

Note: Reference: Table A9. — Nota: Référence: tableau A9.

Historically, non-daily newspapers have displayed erratic growth in advertising revenue, unlike the steady climb of daily newspapers shown in Chart A1. The slow growth in revenue of the 1950's and early 1960's gave way to an abrupt surge between 1964 and 1969. It was in this period that retail advertisers developed a growing preference for the selective coverage provided by urban weeklies. By their very nature the circulation of these papers is restricted to smaller areas than that of the dailies, thus enabling advertisers to promote the sales and specials of a single shopping center.

Although advertising revenue came mainly from local retailers, today national advertisers, with the help of the weekly newspaper associations, have come to realize that community weeklies are an effective national advertising medium. In 1977 for example, the Canadian Weekly Newspaper Association "master-minded" a plan to circulate a four page national advertising tabloid insert in 478 weeklies with a total readership of 2.5 million.¹⁴ The insert was bought by the Unemployment Insurance Commission.

Circulation — An overall growth of 3.2% was shown from 1976 to 1977 in the circulation of 1,114 non-dailies for which data was available. The largest growth of any province was registered by New Brunswick at 15.0%. This was a full 6.6 percentage points higher than the second ranking province, Alberta at 8.4%.

The tremendous growth of New Brunswick weeklies apparently occurred at the expense of the province's six dailies, whose circulation gains were among the lowest in Canada. *The Financial Post* reported in 1977 that Mitchell Franklin, publisher of the weekly *King's County Record*, "believes the province needs an alternative to New Brunswick's five English-language, Irving-owned dailies".¹⁵ The recent growth displayed by the weeklies suggests that perhaps this alternative has been found.

Dans le passé, les recettes de publicité des journaux non quotidiens ont augmenté à un rythme irrégulier, contrairement à celles des quotidiens (graphique A1). La croissance lente enregistrée au cours des années 50 et au début des années 60 a fait place à une progression subite de 1964 à 1969. Pendant cette période, les annonceurs détaillants se sont tournés de plus en plus vers la clientèle restreinte des hebdomadaires des régions urbaines. De par leur nature, ces journaux sont distribués dans des zones plus petites que celles des quotidiens. Aussi les annonceurs peuvent-ils promouvoir les soldes et les spéciaux d'un seul centre commercial.

Les recettes de publicité proviennent principalement des détaillants locaux, mais les annonceurs nationaux ont maintenant compris, avec l'aide des associations d'hebdomadaires, que la presse locale constitue un véhicule efficace pour la publicité à l'échelle nationale. En 1977, par exemple, la *Canadian Weekly Newspaper Association* a dirigé un projet de diffusion d'un supplément publicitaire de quatre pages qui contiendrait des annonces d'intérêt national dans 478 hebdomadaires dont l'audience totale se chiffrait à 2.5 millions¹⁴. Ce supplément a été acheté par la Commission d'assurance-chômage.

Tirage — Le tirage global des 1,114 journaux non quotidiens pour lesquels il existe des données a augmenté de 3.2% de 1976 à 1977. C'est au Nouveau-Brunswick que la hausse la plus forte a été enregistrée (15.0%), et l'Alberta s'est classée au deuxième rang (8.4%), loin derrière.

Il semble que le tirage des hebdomadaires du Nouveau-Brunswick se soit accru, d'une façon considérable, au détriment de celui des six quotidiens de cette province, dont les gains ont été parmi les plus faibles au Canada. Dans un article publié dans le *Financial Post*¹⁵ en 1977, M. Mitchell Franklin, éditeur de l'hebdomadaire *King's County Record*, a déclaré qu'à son avis, les habitants de cette province ont besoin d'une solution de rechange aux cinq quotidiens de langue anglaise du Nouveau-Brunswick, qui appartiennent au groupe Irving. La récente augmentation du tirage des hebdomadaires nous permet de croire que cette solution de rechange a été trouvée.

¹⁴ *Financial Post*, November 19, 1977.

¹⁵ Ibid.

¹⁴ *Financial Post*, 19 novembre 1977.

¹⁵ Ibid.

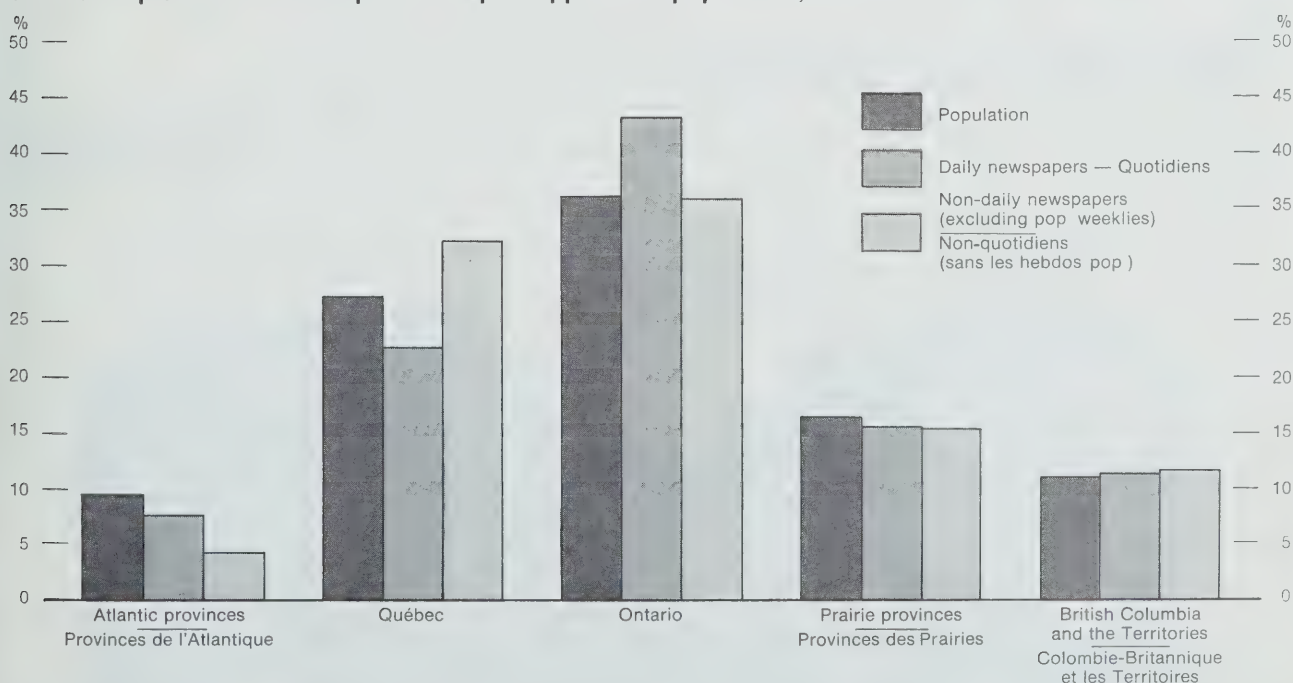
TABLE 7. Non-daily Newspapers, Change in Circulation by Province and Territory, 1976 to 1977
TABLEAU 7. Variation du tirage des non-quotidiens de 1976 à 1977, selon la province ou le territoire

Province or territory — Province ou territoire	Number of papers ¹ — Nombre de journaux ¹	Circulation — Tirage		Total change — Variation absolue	Percentage change — Taux de variation
		1976	1977		
Newfoundland — Terre-Neuve	14	77,551	83,158	5,607	7.2
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard	4	10,844	11,044	200	1.8
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	33	181,434	181,235	— 199	— 0.1
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	21	118,860	136,653	17,793	15.0
Québec	214	4,113,162	4,244,586	131,424	3.2
Ontario	405	3,121,586	3,271,042	149,456	4.8
Manitoba	69	403,501	374,890	— 28,611	— 7.1
Saskatchewan	103	402,175	386,206	— 15,969	— 4.0
Alberta	112	728,948	790,227	61,279	8.4
British Columbia — Colombie-Britannique	131	1,111,336	1,118,036	6,700	0.6
Yukon	2	12,646	13,246	600	4.8
Northwest Territories — Territoires du Nord-Ouest	6	23,954	24,750	796	3.3
Canada	1,114	10,305,997	10,635,073	329,076	3.2

¹ Non-daily newspapers responding in both 1976 and 1977. — Journaux non quotidiens ayant fait une déclaration pour chacune des années.

Chart — 4
Percentage Distribution of Daily and Non-daily Newspapers Circulation vs.
Graphique — 4
Percentage Distribution of Population, 1977

Journaux quotidiens et non quotidiens par rapport à la population, 1977



Reference: Tables A.3 and A.7. — Référence: Tableaux A.3 et A.7.

Decreases in circulation occurred in Nova Scotia, Manitoba and Saskatchewan, provinces in which daily newspapers showed healthy circulation gains. What may be evident here is a saturation of the community newspaper market. Chart 4 compares the percentage distribution of the Canadian population with the percentage distribution of daily and non-daily (excluding pop weeklies) newspaper circulation. The western provinces in particular, displayed equal proportions in all three variables. Quebec, however, consumed a larger proportion of non-daily newspapers than dailies relative to its population. Ontario showed the opposite phenomenon.

Per Capita Circulation

When all non-daily publications are considered Quebec's per capita circulation of 74.4 copies for every 100 persons out ranked every other province and territory in Canada by a minimum of 13.7 copies. It should be recalled however, that publication of pop weeklies are indigenous to Quebec. Tabloids of this kind which are read by residents in other provinces, are imported from the United States. If the circulation of these 16 Quebec pop weekly tabloids (1,166,937 copies) is removed from the totals, the per capita circulation is lowered to 55.7 copies per 100 persons thus ranking Quebec third behind the Yukon and Northwest Territories.

Le chiffre de diffusion des hebdomas a diminué en Nouvelle-Écosse, au Manitoba et en Saskatchewan, provinces dans lesquelles le tirage des quotidiens a augmenté sensiblement. Il semble bien que le marché des journaux locaux y soit saturé. Le graphique 4 renferme des données comparatives sur les répartitions en pourcentage de la population canadienne, des quotidiens et des non-quotidiens (sauf les hebdomas pop). Dans les provinces de l'Ouest, en particulier, les proportions sont égales pour les trois éléments observés. Au Québec, par contre, les gens achètent, proportionnellement à la population totale, plus de journaux non quotidiens que de quotidiens. Le phénomène inverse se produit en Ontario.

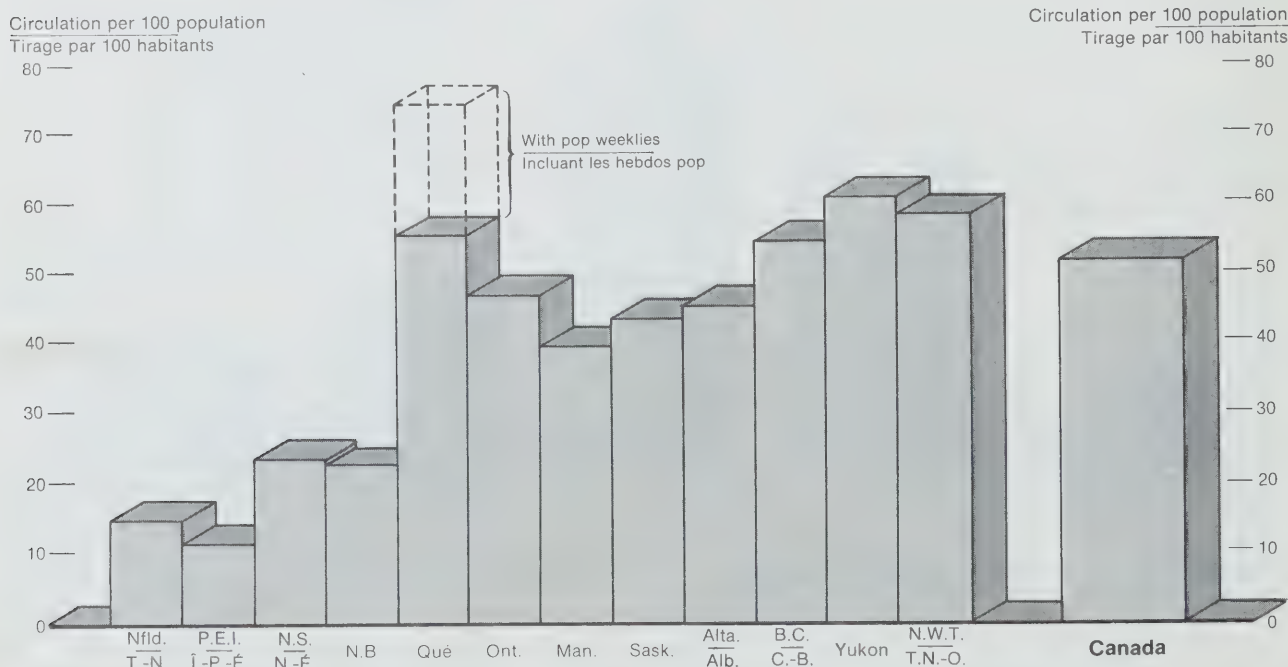
Tirage par habitant

Si l'on compare les chiffres de diffusion de l'ensemble des journaux non quotidiens, le Québec dépasse toutes les autres provinces et les territoires; son tirage par habitant (74.4 exemplaires pour 100 personnes) est en effet supérieur d'au moins 13.7 exemplaires à ceux des autres. Rappelons toutefois que dans cette province, les hebdomas pop sont une publication locale; ceux qui sont lus dans les autres provinces sont importés des États-Unis. Si l'on élimine le chiffre de diffusion des 16 hebdomas pop publiés au Québec (soit 1,166,937 exemplaires), le tirage par habitant tombe à 55.7 exemplaires et le Québec se classe alors au 3^e rang, après le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

Chart — 5

Non-daily Newspapers: Number of Papers Distributed for Every 100 Persons, 1977

Journaux non quotidiens: Tirage par 100 habitants, 1977



Prince Edward Island, which had the highest per capita circulation for dailies, displayed the lowest per capita circulation for non-dailies, at 11.1 copies for every 100 persons. It appears that Prince Edward Island views daily newspapers as a more important communication medium than non-daily papers.

In 1977, 382 (31.4%) out of the 1,220 university and community newspapers¹⁶ were published in census defined metropolitan areas, and accounted for 53.1% of the total non-daily (excluding pop weeklies) circulation. Of these, 274 were published in Toronto, Montréal and Vancouver. Although the majority of non-dailies were located in smaller communities and rural areas, their circulation was much smaller than the equivalent papers in metropolitan areas. This of course would be expected considering the size of their relative markets.

A comparison of the detailed per capita circulation for daily and non-daily newspapers (Tables A3 and A7) demonstrates the differences between these two media. Whereas the 1977 per capita circulation for daily newspapers was higher in the metropolitan areas, tapering off in the smaller communities, the opposite was true for non-daily publications.

¹⁶ All 16 pop weeklies are published in Montréal. Their distribution, however, spans the entire province of Quebec.

C'est à l'Île-du-Prince-Édouard que le tirage par habitant des quotidiens est le plus fort, mais c'est aussi dans cette province que les journaux non quotidiens ont le tirage le plus faible, à savoir 11.1 exemplaires pour 100 personnes. Il semble que les lecteurs de l'Île-du-Prince-Édouard prisent plus les quotidiens que les autres journaux comme véhicules d'information.

En 1977, sur 1,220 journaux étudiants et locaux, 382 (31.4 %) ont été publiés dans des régions métropolitaines de recensement¹⁶; leur tirage représentait 53.1 % du volume total de diffusion des journaux non quotidiens (mis à part les hebdomadaires pop). Parmi eux, 274 ont été publiés à Toronto, Montréal et Vancouver. Quoique la plupart des journaux non quotidiens aient été diffusés dans de petites agglomérations et dans des régions rurales, leur tirage a été beaucoup plus faible que celui des journaux de même nature publiés dans les régions métropolitaines. Cela n'est évidemment pas étonnant, étant donné la taille de leur marché.

Si l'on compare de façon détaillée le tirage par habitant des quotidiens à celui des non-quotidiens (tableaux A3 et A7), on note des différences entre ces deux moyens d'information. En 1977, le tirage par habitant des quotidiens a été plus fort dans les régions métropolitaines, diminuant progressivement dans les agglomérations moins grandes, tandis que l'inverse s'est produit dans le cas des journaux non quotidiens.

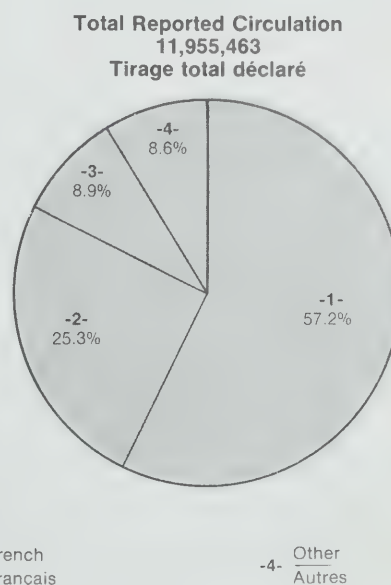
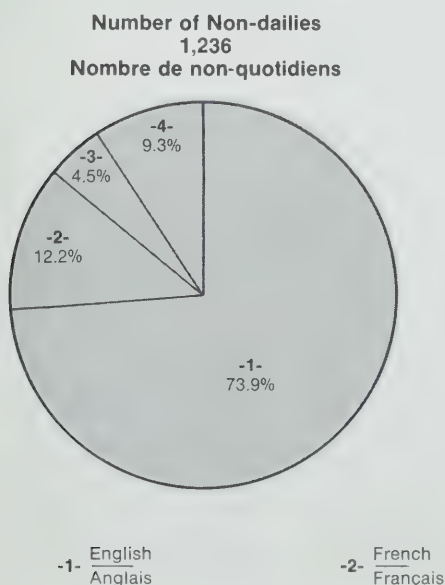
¹⁶ Les 16 hebdomadaires pop sont publiés à Montréal mais leur diffusion s'étend à la grandeur de la province de Québec.

Chart — 6

Graphique — 6

Non-daily Newspapers: Language Distribution, 1977

Journaux non quotidiens: Répartition selon la langue, 1977



Language

Non-daily newspapers were published in a variety of languages; English, French, Italian, German and Greek to mention a few. Of the 1,236 non-daily newspapers published in Canada during 1977, 116 (9.3%) were published in languages other than English and French. Growth of these papers appeared to be slow, as displayed by the 0.2% increase in circulation from 1976 to 1977 (Table 8). Many publishers however do not report to CARD regularly, making it difficult to estimate accurately for non-respondents in this category.

By far the greatest majority of ethnic non-dailies (98.3%) are located in large metropolitan areas (see Table 9) where the concentration of these communities make publication economically feasible.

Langue

Les non-quotidiens sont publiés dans diverses langues: le français, l'anglais, l'italien, l'allemand et le grec, pour n'en mentionner que quelques-unes. Sur les 1,236 journaux non quotidiens parus au Canada en 1977, 116 (9.3 %) ont été publiés dans des langues autres que le français et l'anglais. Le tirage de ces journaux semble s'accroître lentement, comme en témoigne la faible hausse (0.2 %) enregistrée de 1976 à 1977 (tableau 8). Il est vrai que de nombreux éditeurs ne présentent pas de déclaration régulière au CARD; aussi, est-il malaisé d'estimer avec exactitude le tirage des non-répondants de cette catégorie.

Une proportion écrasante (98.3 %) de journaux non quotidiens de langue étrangère paraît dans de grandes régions métropolitaines (tableau 9) où la concentration des groupes ethniques assure la viabilité de ces publications.

TABLE 8. Ethnic Non-daily Newspapers, Change in Circulation by Province, 1976 to 1977

TABLERAU 8. Variation du tirage des non-quotidiens de langue étrangère de 1976 à 1977, selon la province

Province	Number of newspapers ¹ — Nombre de journaux ¹	Circulation — Tirage		Total change — Variation absolue	Percentage change — Taux de variation
		1976	1977		
Québec	21	421,147	423,147	2,000	0.5
Ontario	64	418,368	418,368	—	—
Manitoba	8	71,757	71,757	—	—
Alberta	2	29,986	29,986	—	—
British Columbia — Colombie-Britannique	8	33,056	33,056	—	—
Canada	103	974,314	976,314	2,000	0.2

¹ Papers responding both in 1976 and 1977. — Journaux ayant fait une déclaration pour chacune des années.

TABLE 9. Ethnic Non-daily Newspapers, Circulation by Metropolitan Area, 1976 and 1977

TABLEAU 9. Tirage des non-quotidiens de langue étrangère selon la région métropolitaine, 1976 et 1977

Province and metropolitan area Province et région métropolitaine	1976			1977		
	Number in category — Nombre dans la catégorie	Number of reports — Nombre de déclarations	Total reported circulation — Tirage total déclaré	Number in category — Nombre dans la catégorie	Number of reports — Nombre de déclarations	Total reported circulation — Tirage total déclaré
Québec:						
Montréal	24	23	428,727	23	22	424,147
Ontario:						
Toronto	60	59	505,660	62	62	414,160
Other metro areas — Autres régions métropolitaines	6	6	29,994	7	7	37,208
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	2	2	9,200	2	2	10,000
Manitoba:						
Winnipeg	9	9	73,608	8	8	71,757
Alberta:						
Calgary	1	1	21,000	1	1	21,000
Edmonton	1	1	9,098	1	1	8,986
British Columbia — Colombie-Britannique:						
Vancouver	10	8	44,332	12	11	41,027
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine	1	1	1,500	—	—	—
Canada:						
Metro areas — Régions métropolitaines	111	107	1,112,419	114	112	1,018,285
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	3	3	10,700	2	2	10,000
Total	114	110	1,123,119	116	114	1,028,285

PERIODICALS

Industry Overview

Canadian periodicals can be grouped into four categories:

- (1) Roto magazines.
- (2) Religious magazines and scholarly journals.
- (3) Consumer magazines.
- (4) Business press (trade and farm).

These categories are distinguished from one another not only in their readership but also in their method of distribution. Roto magazines, for example, are distributed with the Saturday newspaper, while publications in the other classes reach their audience by mail (subscriptions) or through retail outlets. Individual classes will be discussed in some detail at a later point.

Periodicals, not unlike weekly newspapers, undergo numerous changes within the span of a year. In 1977, a total of 1,001 magazines were listed in the CARD index. This was the net result of 129 births and 91 deaths from the previous year. As Table 11 shows, the majority of the activity occurred in the consumer and trade magazines sectors. The periodicals industry circulated approximately 46.1 million copies per issue in 1977. Since many of these are sold by subscription, one could imagine the effect of postal rate increases on the industry.

Overall, periodicals showed a 6.2% increase in the circulation of 821 publications for which two years of data was available. The largest increase was registered by consumer magazines at 8.9% while a slight decrease was registered by trade publications. This decrease does not imply a lack of growth in the sector. The number of new publications was more than double the number of deaths between 1976 and 1977, as Table 11 shows. It does demonstrate however, the small, but specialized market for these publications. This point is expanded upon in a later section. Consumer magazines on the other hand, are growing in circulation but not in number.

Overall, periodicals, including roto magazines, sold \$130.4 million in advertising space in 1976, up 8.6% from the previous year. An estimate 27.3% increase was predicted¹⁷ for 1977. This increase would require extremely strong performances in the consumer magazine and trade magazine sectors. With the aid of new tax legislation concerning advertising costs and the growing confidence of the consumer magazine publishers the 1977 advertising revenue may come close to its predicted levels. This is discussed further with consumer magazines.

PÉRIODIQUES

Un aperçu de l'industrie

Les périodiques diffusés au Canada peuvent être groupés en quatre catégories:

- (1) Les suppléments de fin de semaine.
- (2) Les publications religieuses et savantes.
- (3) Les revues d'intérêt général.
- (4) Les publications spécialisées et les revues agricoles.

Ces catégories se distinguent l'une de l'autre non seulement par leur clientèle, mais également par leur méthode de diffusion. Par exemple, les suppléments de fin de semaine sont diffusés avec les journaux du samedi, tandis que les périodiques des autres catégories sont distribués par la poste (dans le cas des abonnements) ou par l'intermédiaire de points de vente de détail. Nous traiterons ci-après de chacune de ces catégories.

Les périodiques, à l'instar des hebdomadaires, font l'objet de nombreux changements en l'espace d'un an. En 1977, on en comptait 1,001 dans l'index du CARD. Cette année-là, 129 périodiques ont été créés et 91 autres ont disparu. Comme le montre le tableau 11, la plupart des changements ont touché les revues d'intérêt général et les publications spécialisées. En 1977, les périodiques ont été tirés à quelque 46.1 millions d'exemplaires par numéro. Vu qu'un grand nombre d'entre eux sont vendus par abonnement, il n'est pas difficile d'imaginer l'effet d'une hausse des tarifs postaux sur cette industrie.

Le tirage global des 821 périodiques pour lesquels il existe des données pour 1976 et 1977 a affiché une hausse de 6.2 %. Les revues d'intérêt général ont marqué l'avance la plus appréciable (8.9 %), tandis que les publications spécialisées ont subi un léger recul. Cette baisse ne traduit pourtant pas un manque de vitalité, car dans ce secteur, le nombre des créations a été plus de deux fois supérieur à celui des disparitions entre 1976 et 1977 (tableau 11). Elle révèle cependant la nature restreinte, mais spécialisée, de leur marché. Cette question sera approfondie dans une autre section. Dans le cas des revues d'intérêt général, le tirage s'est accru sans qu'il y est eu augmentation du nombre de publications.

Les recettes globales de publicité des périodiques, incluant les suppléments de fin de semaine, ont augmenté de 8.6 % en 1976, atteignant ainsi \$130.4 millions, et l'on a prévu une hausse supplémentaire de 27.3 % pour 1977¹⁷. Pour que cela se produise, il faudrait toutefois que le tirage des revues d'intérêt général et des publications spécialisées soit très fort. Grâce aux dispositions de la nouvelle loi de l'impôt sur le revenu en matière de publicité et vu la confiance grandissante des éditeurs de revues d'intérêt général, il se pourrait que les recettes au titre de la publicité atteignent presque le niveau prévu. Il sera question de ce point à propos des revues d'intérêt général.

¹⁷ Maclean-Hunter Research Bureau.

¹⁷ Société Maclean-Hunter Limited.

TABLE 10. Periodicals Circulation, 1976 and 1977
TABLEAU 10. Tirage des périodiques, 1976 et 1977

	1976	1977
Number of periodicals – Nombre de périodiques	963	1,001
Number of reports – Nombre de déclarations	891	953
Total reported circulation – Tirage total déclaré	42,899,014	46,076,014

Note: Reference: Table A1. – Nota: Référence: tableau A1.

TABLE 11. Periodicals, Births and Deaths Between 1976 and 1977
TABLEAU 11. Créations et disparitions de périodiques en 1976 et en 1977

	Total number in 1976 — Nombre total en 1976	Number of births — Nombre de créations	Number of deaths — Nombre de disparitions	Total number in 1977 — Nombre total en 1977
Roto magazines – Suppléments de fin de semaine	16	—	—	16
Religious magazines – Publications religieuses	21	2	—	23
Scholarly journals – Publications savantes	6	—	1	5
Consumer magazines – Revues d'intérêt général	306	48	52	302
Business publications – Publications spécialisées:				
Farm magazines – Revues agricoles	67	15	7	75
Trade publications – Autres revues spécialisées	547	64	31	580
Total	963	129	91	1,001

TABLE 12. Periodicals, Change in Circulation, 1976 to 1977
TABLEAU 12. Variation du tirage des périodiques de 1976 à 1977

	Number of periodicals ¹ — Nombre de périodiques ¹	Circulation – Tirage		Total change — Variation absolue	Percentage change — Taux de variation
		1976	1977		
Roto magazines – Suppléments de fin de semaine	16	9,279,035	9,702,519	423,484	4.6
Religious magazines – Publications religieuses	20	895,823	906,648	10,825	1.2
Scholarly journals – Publications savantes	5	12,668	13,046	378	3.0
Consumer magazines – Revues d'intérêt général	229	22,690,961	24,698,195	2,007,234	8.9
Business magazines – Publications spécialisées:					
Farm magazines – Revues agricoles	60	2,251,816	2,323,773	71,897	3.2
Trade publications – Autres revues spécialisées	491	5,725,954	5,720,027	– 5,927	– 0.1
Total	821	40,856,317	43,364,208	2,507,891	6.2

¹ Periodical responding both in 1976 and 1977. – Périodiques ayant fait une déclaration pour chacune des années.

TABLE 13. Periodicals, Advertising and Sales Revenue, 1975 to 1977
TABLEAU 13. Recettes des périodiques au titre de la publicité et des ventes, 1975 à 1977

	Consumer magazines — Revue d'intérêt général	Trade magazines — Revue spécialisées	Farm magazines — Revue agricoles	Roto and newspaper supplement — Suppléments de fin de semaine	Other magazines — Autres périodiques	Total
	thousands of dollars — milliers de dollars					
Advertising — Publicité:						
1975	45,959	35,964	8,141	23,134	6,918	120,116
1976	43,478	45,428	9,280	25,790	6,467	130,443
1977	62,000 ^e	62,000 ^e	12,000 ^e	23,000 ^e	7,000 ^e	166,000 ^e
Sales — Ventes:						
1975	32,409	14,181	1,154	6,646	2,246	56,636
1976	34,862	16,804	1,435	5,040	2,883	61,024
1977
Total:						
1975	78,368	50,145	9,295	29,780	9,164	176,752
1976	78,340	62,232	10,715	30,830	9,350	191,467
1977

Note: Reference: Table A9. — Nota: Référence: tableau A9.

Roto Magazines

Roto magazines, which may be classed either with consumer magazines or daily newspapers, are distributed with the weekend newspapers. They get their name from the "rotogravure" process used to print them. Examples of these publications include *The Canadian*, distributed with Southam dailies, and *Perspectives*, distributed with several French dailies in Quebec.

The circulation of the 16 roto magazines in Table 14, includes newspaper supplements such as regional television listings. While the total circulation figure (9,702,519 in 1977) for only 16 publications may appear outlandishly high, one should remember that these magazines are distributed via daily newspaper chains. *Canadian Homes* for example, is distributed quarterly by a total of 13 daily newspapers. The growth in circulation of these publications is therefore wholly dependent upon the growth of the dailies with which they are distributed.

Suppléments de fin de semaine

Les suppléments de fin de semaine, qui peuvent être classés parmi les revues d'intérêt général ou les quotidiens, sont distribués avec les journaux du samedi ou du dimanche. Ils sont imprimés par rotogravure. Parmi les magazines de ce genre, nous pouvons citer *The Canadian*, diffusé avec les quotidiens du groupe Southam, et *Perspectives*, distribué avec plusieurs quotidiens de langue française au Québec.

Au tableau 14, les données sur le tirage des 16 suppléments de fin de semaine prennent en compte les chiffres de diffusion des suppléments de journaux comme les revues de télévision régionales. Le tirage global (9,702,519 exemplaires en 1977) de ces 16 publications peut sembler étonnamment élevé, mais on se rappellera que ces revues sont distribuées par les réseaux de diffusion des quotidiens. Ainsi, *Canadian Homes* est diffusé tous les trimestres avec 13 quotidiens. L'augmentation du tirage de ces publications est donc entièrement tributaire de l'accroissement du tirage des journaux avec lesquels elles sont diffusées.

TABLE 14. Periodicals, Roto Magazines Circulation, 1976 and 1977
TABLEAU 14. Périodiques, tirage des suppléments de fin de semaine, 1976 et 1977

	1976	1977
Number in category — Nombre dans la catégorie	16	16
Number of reports — Nombre de déclarations	16	16
Total reported circulation — Tirage total déclaré	9,279,035	9,702,519

Note: Reference: Table A1. — Nota: Référence: tableau A1.

Religious and Scholarly Publications

The religious and scholarly publications listed in CARD were few in number. There were only 28 in 1977. It is probable that these publications have been severely undercounted due to the criterion by which CARD collects information, viz only publications which carry advertising. Small local religious magazines and pamphlets which may carry advertising, usually derive it from within the community they serve. The CARD index would likely not be able to locate them and would therefore be unable to list them.

Similarly, scholarly publications are often subsidized by university faculties or large academic associations and would not therefore, be likely to solicit advertising revenue. One factor which sets many scholarly publications apart from other magazines is the international nature of their content. Thus it is not surprising to find that academics subscribe to journals which originate in different countries.

Publications religieuses et savantes

Les publications religieuses et savantes inscrites au répertoire du CARD sont peu nombreuses. En effet, il n'y en avait que 28 en 1977. Il est probable qu'elles aient été grandement sous-dénombrées, car le CARD ne recueille des données que sur les publications qui véhiculent de la publicité. Il y a aussi les revues et brochures religieuses à faible tirage qui même si elles contiennent de la publicité sont difficilement identifiable par CARD, cette publicité venant généralement de l'intérieur du milieu qu'elles servent.

De même, les publications savantes sont souvent subventionnées par des facultés d'université ou de grandes associations universitaires et, par conséquent, il est peu probable qu'elles cherchent à recueillir des recettes publicitaires. Bon nombre de publications savantes se distinguent des autres genres de magazines par un élément: leur contenu d'intérêt international. Il n'est donc pas étonnant que les universitaires soient abonnés à des publications de pays étrangers.

TABLE 15. Periodicals, Religious and Scholarly Publications Circulation, 1976 and 1977
TABLEAU 15. Périodiques, tirage des publications religieuses et des publications savantes, 1976 et 1977

	1976	1977
Religious magazines – Publications religieuses:		
Number in category – Nombre dans la catégorie	21	23
Number of reports – Nombre de déclarations	20	23
Total reported circulation – Tirage total déclaré	895,823	968,188
Scholarly publications – Publications savantes:		
Number in category – Nombre dans la catégorie	6	5
Number of reports – Nombre de déclaration	6	5
Total reported circulation – Tirage total déclaré	15,649	13,046

Note: Reference: Table A1. – Nota: Référence: tableau A1.

Consumer Magazines

Magazines such as *Maclean's*, *Canadian Geographical* and *Arts Magazine* come closest to being a truly national press. "They add a journalistic dimension which no other medium can provide, depth and wholeness and texture, plus the visual impact of graphic design. Magazines, because of their freedom from daily headlines, can aspire to a level of excellence that is seldom attainable in other media. In terms of cultural survival, magazines could potentially be as important as railroad, airlines, national broadcasting networks, and national hockey leagues.¹⁸"

Revue canadienne d'intérêt général

De toutes les catégories de presse, les magazines du genre de *Maclean's*, *Canadian Geographical* et *Arts Magazine* sont ce qui se rapproche le plus d'une véritable presse nationale. "Ils confèrent au produit journalistique des dimensions que les autres moyens de diffusion ne peuvent offrir, comme la profondeur et l'étendue du traitement, en plus de la séduction du graphisme. Parce qu'ils échappent au souci des tombées quotidiennes, ils peuvent aspirer à un niveau de qualité auquel les autres moyens de diffusion peuvent rarement prétendre. Sur le plan de la survie culturelle, ils pourraient éventuellement se révéler tout aussi importants que les chemins de fer, les lignes aériennes, les réseaux de radiodiffusion ou les ligues nationales de hockey¹⁸."

¹⁸ *Special Senate Committee on Mass Media*, Volume 1 page 153.

¹⁸ Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, volume 1, page 171.

Like non-daily newspapers, consumer magazines undergo numerous changes within a single year. There were, for example, 48 births and 52 deaths in the industry between 1976 and 1977 as Table 11 shows. Yet publications launched in this industry require careful study of national and regional markets, as well as enough financial backing to support the magazines for at least a year.

The fierce competition for audience among consumer magazines is not only a national struggle as it is with daily newspapers, but also international. Magazines are imported from countries all over the world, however 91.6% of all magazine imports come from the United States of America.¹⁹

Canada and the United States share similar cultures. Due to language alone, English media produced or published in either country have a potential market across the border. A sales bulletin issued by the Magazine Association of Canada,²⁰ listed 1977 circulations of 40 American magazines whose Canadian circulations exceeded 40,000 copies per issue. These publications, whose Canadian circulations totaled 5,745,210 copies on a one-issue basis, made up approximately 70% of the spill-in by American consumer magazines. The total spill-in would therefore be in the order of 8.2 million copies per issue. This is equivalent to 31.1% of the total 1977 Canadian consumer magazine circulation on a one-issue basis. Yet, as it was pointed out to the Davey Committee, “most magazine publishers in Canada don’t think of overflow (spill-in) circulation as a primary problem. What they are painfully aware of though, is the competition for advertising revenue from other media,²¹” both American and Canadian.

¹⁹ Imports: *Merchandise Trade*, Catalogue 65-203 (1975 - 1977) Commodity No. 891-29.

²⁰ *Magazine Association of Canada*, Sales Bulletin 1-78. January 3, 1978

²¹ *Special Senate Committee on Mass Media*, Volume 1 page 157.

À l’instar des journaux non quotidiens, les revues d’intérêt général font l’objet de nombreux changements en l’espace d’un an. En effet, de 1976 à 1977 on a assisté à la création de 48 publications de ce genre et à la disparition de 52 autres (tableau 11). Pourtant, la création des magazines de cette nature nécessite une étude approfondie des marchés national et régionaux et un investissement initial suffisant pour assurer leur survie pendant au moins, une année.

Dans la lutte acharnée que se font les revues d’intérêt général pour la clientèle, les publications canadiennes ne sont pas seules en lice, comme c’est le cas des quotidiens. Les Canadiens importent en effet des magazines du monde entier. Les revues américaines comptent néanmoins pour 91.6 % des importations de ce genre¹⁹.

Le Canada et les États-Unis ont des cultures semblables. Les moyens d’information de langue anglaise produits ou publiés dans l’un et l’autre pays ont un marché potentiel dans le pays voisin, du seul fait des affinités linguistiques. Un bulletin de vente publié par l’Association des magazines du Canada²⁰ renferme des données sur le tirage de 40 revues américaines dont le chiffre de diffusion au Canada dépassait 40,000 exemplaires par numéro en 1977. Le tirage de ces publications au Canada, soit 5,745,210 exemplaires par numéro, représentait environ 70 % du tirage de débordement des magazines américains de ce genre. Le tirage de débordement total se chiffrerait donc à 8.2 millions d’exemplaires par numéro, ce qui correspondait à 31.1 % du chiffre global de diffusion par numéro des revues canadiennes d’intérêt général en 1977. Pourtant, comme l’a signalé le Comité Davey, “la majorité des éditeurs de magazines, au Canada, ne voient pas la question des tirages de débordement comme un problème capital. Ils sont douloureusement sensibles, par contre, à la concurrence des autres moyens de diffusion²¹”, tant américains que canadiens.

¹⁹ Imports: *Commerce de marchandises* (1975 - 1977), n° 65-203 au catalogue de Statistique Canada, marchandise 891-29.

²⁰ *Association des magazines du Canada*, bulletin de vente n° 1-78, 3 janvier 1978.

²¹ Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, volume 1, page 176.

TABLE 16. Periodicals, Consumer Magazines Circulation, 1976 and 1977
TABLEAU 16. Périodiques, tirage des revues d’intérêt général, 1976 et 1977

	1976	1977
Number in category – Nombre dans la catégorie	306	302
Number of reports – Nombre de déclarations	266	274
Total reported circulation – Tirage total déclaré	24,388,942	26,412,147

Note: Reference: Table A1. – Nota: Référence: tableau A1.

In 1964, the Canadian government amended the income tax act so that advertising costs in Canadian editions of foreign magazines could no longer be deducted by advertisers. However, it also limited the definition of “non-Canadian” periodicals to **exclude** magazines that “throughout the period of 12 months ending April 26, 1965 were being edited in whole or part in Canada and printed and published in Canada”.²² Both *Time* and *Reader's Digest* met this requirement.

Advertising revenue for Canadian periodicals rose slightly after this tax amendment (see Chart A1) although at a much slower rate than all other media.

In 1976, parliament passed Bill C-58, which amended section 19 (5) of the Income Tax Act once again. This time a Canadian periodical was defined as one which was 3/4 owned by Canadian citizens. In the case of corporations, this proportion of the common stocks must be held by Canadian citizens at any one point in time. Under this new definition, neither *Time* nor *Reader's Digest* were considered Canadian publications.

Since then, *Reader's Digest* shuffled corporate ownership so that its two Canadian editions, English and French, were 75% Canadian owned. *Time* however, refused to make this transition and closed down its Canadian edition.

It is too early to tell if the controversial “Time — Reader's Digest” law has had any positive effect on Canadian consumer magazines, however members of the industry think it has. In 1976 *Time's* advertising revenue dropped to \$3.7 million in Canada from the 1975 total of \$10.2 million.²³ The consumer magazine publishers feel that the revenue lost by *Time* went directly to other Canadian publications. But \$7.5 million represents 17.2% of the total 1976 advertising revenue generated by these publications (see Table 13). In fact, the revenue from consumer magazines actually dropped by 5.4% between 1975 and 1976. The outlook seems to be improving however, with one of the sharpest increases (33.3%) predicted for 1977.²⁴ The apparent strength and confidence of the industry in 1977 and early 1978 seems to justify this prediction, although confirmable data will not be available until early 1979.

A total of 229 consumer magazines supplied data for both 1976 and 1977. These publications showed an 8.9% increase in circulation between these two years. The number of magazines however, was lower in 1977

En 1964, le gouvernement du Canada a modifié la loi de l'impôt sur le revenu de telle sorte qu'il soit interdit aux annonceurs de déduire la publicité faite dans des éditions canadiennes de revues étrangères. En vertu de cette modification, la définition d'un périodique “non canadien” **ne prenait toutefois pas en compte** les magazines qui “au cours de toute la période de 12 mois se terminant le 26 avril 1965, ont été rédigés en totalité ou en partie au Canada et imprimés et publiés au Canada”²². Les magazines *Time* et *Reader's Digest* répondaient tous deux à cette condition.

Les recettes de publicité des périodiques canadiens augmentèrent légèrement après cette modification (voir le graphique A1), quoique à un rythme plus lent que celles de tous les autres moyens d'information.

En 1976, le Parlement a adopté le projet de loi C-58 visant à modifier à nouveau l'article 19 (5) de la loi de l'impôt sur le revenu. Le périodique canadien a alors été redéfini comme étant une publication dont les trois quarts des actions sont détenues par des citoyens canadiens. Dans le cas des sociétés, il faut que les trois quarts des actions ordinaires soient détenues par des citoyens canadiens. Les magazines *Time* et *Reader's Digest* ne répondaient donc plus à cette nouvelle définition.

Depuis lors, *Reader's Digest* a fait en sorte que 75 % des actions de ses deux éditions canadiennes, la version anglaise et la version française, appartiennent à des Canadiens. Par contre, *Time* a refusé de se soumettre à cette exigence et a interrompu son édition canadienne.

Il est trop tôt pour déterminer si cette loi controversée a eu des effets positifs sur les revues canadiennes d'intérêt général; les éditeurs estiment cependant qu'elle en a eu. Les recettes de publicité de *Time* sont tombées de \$10.2 millions en 1975 à \$3.7 millions l'année suivante²³, et les éditeurs des revues d'intérêt général sont d'avis que ces pertes ont profité directement aux autres publications canadiennes. Néanmoins, les \$7.5 millions perdus par *Time* représentaient 17.2 % des recettes totales de publicité de ces publications en 1976 (tableau 13); or, les recettes de publicité des revues d'intérêt général ont à vrai dire diminué de 5.4 % entre 1975 et 1976. Il semble toutefois que la situation s'améliore, puisque l'on prévoit une hausse inégalée (33.3 %) pour 1977²⁴ (tableau 13). La vigueur de l'industrie et le climat de confiance qui y régnait en 1977 et au début de 1978 semblent justifier cette prévision, mais nous ne pourrions pas avoir de données à l'appui avant le début de 1979.

Pour les 229 revues d'intérêt général qui ont fourni des données et pour 1976 et pour 1977, le tirage a augmenté de 8.9 % au cours de cette période. Cependant, en 1977, le nombre total de publications dans cette catégorie

²² *Special Senate Committee on Mass Media*, Volume 1 page 158.

²³ *Financial Post*, November 19, 1977.

²⁴ Maclean-Hunter Research Bureau.

²² Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, volume 1, page 197.

²³ *Financial Post*, 19 novembre 1977.

²⁴ Société Maclean-Hunter Limited.

than in 1976. With 52 deaths and only 48 births, the consumer magazine industry was left with 302 publications (Table 11). This shows the competitive nature of the industry.

The 1977 per capita circulation for consumer magazines was 1.149 copies for every person in Canada. It is impossible to give regional breakdowns for the per capita figures since the information was not available for individual magazines.

The Business Press

The business press (professional, technical, financial) has been described as the Invisible Press, for they command so little of the general public's attention. These publications serve specialized facets of industry or professions such as accountants, fruit farmers or printers and publishers, to name just a few. Their purpose is to assist decision makers by reporting on new developments in techniques and products relevant to their fields.

These magazines are so specialized in their content that in most cases their circulations range between 5,000 and 50,000 copies per issue, volumes that would be financially devastating to most consumer magazines. With the vast number of topics which these magazines must cover, it is not surprising that they make up 65.4% of all periodicals listed in the CARD index. As Chart 7 shows, there were almost twice as many farm and trade magazines in 1977, as there were consumer magazines. Yet the circulation of consumer magazines was three times that of the business press.

In terms of advertising revenue, business publications exceeded consumer magazines by \$11.2 million (25.8%) in 1976 and an estimated \$12.0 million (19.4%) in 1977. This means that although the cost of advertising per publication is lower for the business press than for consumer magazines, the cost to the advertiser per customer reached is much higher.

Differences between consumer magazines and the business press are also evident in growth patterns. From 1976 to 1977 a total of 79 publications entered the business press while only 38 died. Publications for which two years of circulation data was available showed a small 0.8% increase. As Table 12 displays, trade magazines actually lost ground in circulation (– 0.1%) while farm magazines showed a 3.2% gain. This growth situation is opposite to the one seen with consumer magazines, which showed a healthy growth in circulation (8.9%) despite a decline in the number of publications between 1976 and 1977.

est tombée à 302 car la disparition de 52 revues n'a été compensée que partiellement par la création de 48 autres (tableau 11). Ces chiffres illustrent le caractère concurrentiel de ce secteur d'activité.

En 1977, le tirage par habitant des revues d'intérêt général s'est chiffré à 1.149 exemplaires par personne. Les données ne peuvent être ventilées selon les régions, car les chiffres nécessaires n'existent pas pour toutes les revues.

Publications spécialisées

On a qualifié la presse spécialisée (professionnelle, technique, financière) de presse invisible, car elle retient très peu l'attention du public. Les publications de cette nature traitent de sujets spécialisés touchant des activités économiques ou des professions comme la comptabilité, la culture fruitière, l'imprimerie et l'édition, pour n'en nommer que quelques-unes. Elles visent à aider à la prise de décisions, en faisant état de l'évolution des techniques et des produits qui intéressent leur sphère d'activité.

Les publications spécialisées ont un contenu tellement particulier que, dans la plupart des cas, leur tirage s'échelonne entre 5,000 et 50,000 exemplaires seulement par numéro; ce chiffre de diffusion serait catastrophique pour la plupart des revues d'intérêt général. Compte tenu de la diversité des sujets que ces publications doivent traiter, il n'est pas étonnant qu'elles forment 65.4 % de l'ensemble des périodiques inscrits dans l'index du CARD. Comme le fait voir le graphique 7, il y avait presque deux fois plus de ces revues spécialisées que de magazines d'intérêt général en 1977. Pourtant, le tirage de ces derniers magazines était trois fois supérieur à celui des publications spécialisées.

En 1976, les recettes de publicité de la presse spécialisée ont dépassé de \$11.2 millions (25.8 %) celles des revues d'intérêt général et on estime que l'écart en leur faveur se chiffrera à \$12.0 millions (19.4 %) en 1977. Si les frais de publicité par publication sont plus faibles dans le cas de la presse spécialisée, le coût par client atteint, assumé par l'annonceur, est donc beaucoup plus élevé.

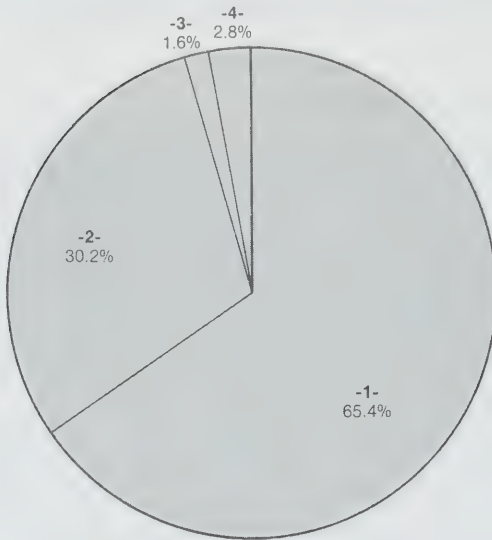
Les différences entre les magazines d'intérêt général et les publications spécialisées ressortent également lorsque l'on compare leurs courbes de croissance. Entre 1976 et 1977, 79 publications spécialisées ont été créées, tandis que 38 seulement ont disparu. Le tirage des publications pour lesquelles il existe deux ans de données s'est accru légèrement, de 0.8 %. Comme le montre le tableau 12, ce sont les revues agricoles qui ont marqué une avance (3.2 %), les autres publications spécialisées ayant en fait perdu du terrain (– 0.1 %). Cet état de chose est à l'opposé du cas des magazines d'intérêt général où on a constaté une hausse appréciable du tirage (8.9 %) malgré une baisse du nombre de publications entre 1976 et 1977.

Chart — 7

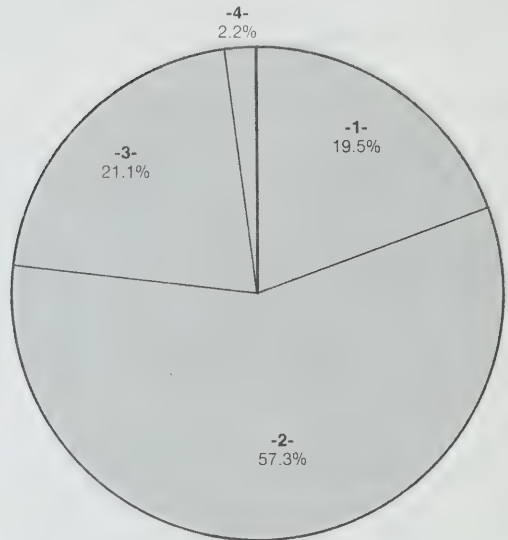
Graphique — 7

Periodicals, 1976-1977 — Périodiques, 1976-1977

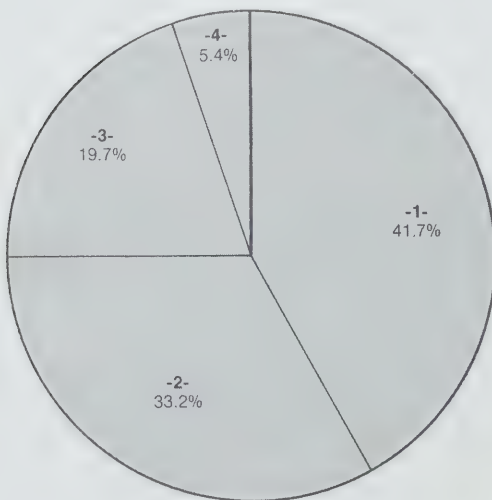
Number of Magazines 1,001 (1977)
Nombre de périodiques 1,001 (1977)



Total Reported Circulation 46,076,014 (1977)
Tirage total déclaré 46,076,014 (1977)



Advertising Revenue \$130,977,000 (1976)
Recettes au titre de la publicité \$130,977,000 (1976)



- 1- Business press
Publications spécialisées
- 2- Consumer magazines
Magazines d'intérêt général
- 3- Roto magazines
Suppléments de fin de semaine
- 4- Religious and scholarly
Publications religieuses et savantes

One of the major economic headaches of publishing any magazine is overhead costs. If 655 business magazines were to be put out by independent publishers, many would likely fail. Most business journals however, are published by a handful of companies, Maclean-Hunter Ltd., and Southam Business Press Ltd., to name just two. With centralized equipment which can be used for magazines of other types (say consumer magazines) overhead costs are significantly reduced, thereby making the publication of limited circulation journals feasible.

Dans la publication de tout magazine, les frais généraux constituent l'un des plus graves problèmes financiers. Si les 655 revues spécialisées devaient être publiées par des éditeurs indépendants, il y en aurait sans doute un grand nombre qui disparaîtraient. Mais la plupart de ces périodiques sont édités par une poignée de compagnies comme *Maclean-Hunter Ltd.*, et *Southam Business Press Ltd.*, pour ne nommer que celles-là. Comme le matériel centralisé peut servir à des magazines d'autres genres (les revues d'intérêt général, par exemple), les frais généraux sont réduits sensiblement, ce qui rend possible la publication de revues à tirage restreint.

METHODOLOGY

Sources

This report summarizes circulation statistics which were obtained from the 1976 and 1977 December issues of *Canadian Advertising Rates and Data* (CARD).²⁵ The reported circulation statistics are average circulations per issue over the most recent six-month audit period available and twelve-month audit period for annual publications.

The CARD publication accepts circulation statistics from the following sources:

- (1) Audit Bureau of Circulation (ABC) or Canadian Circulation Audit Board (CCAB) circulation statements.
- (2) Independent audit statements from a recognized auditor.
- (3) A publisher's sworn statement, when properly signed by a notary public or commissioner.
- (4) Post office receipts for new publications, for each month of the first six-month audit period. Subsequent circulation audits must come from one of the previous three sources.

When audit statements were not furnished from one of the above sources, it was stated as such in the CARD listing. These publications were considered to be potential non-respondents to the survey (see treatment of non-response).

Supplementary statistics which were used in this study of newspapers and periodicals, such as population statistics and advertising revenue, were taken from published Statistics Canada reports. A list of all sources is given in the bibliography.

It should be repeated here that all information used in this study came from previously published reports. Individual circulation statistics are available to the public in numerous Maclean-Hunter publications. There is therefore, no breach of confidentiality in reporting them here.

Scope

The CARD publication listed only those newspapers and periodicals which carried advertising. As a result, government publications, most scholarly jour-

²⁵ CARD is published monthly by Maclean-Hunter Ltd., and Standard Rate and Data Service Inc., Toronto, Ontario.

MÉTHODOLOGIE

Sources

Le présent document renferme un sommaire des statistiques sur le tirage provenant des numéros de décembre 1976 et de décembre 1977 de la revue *Canadian Advertising Rates and Data* (CARD)²⁵. Ces données font état du chiffre moyen de diffusion par numéro pour la période de six mois la plus récente pour laquelle on dispose de renseignements et, dans le cas des publications annuelles, pour une période de vérification de douze mois.

Le CARD accepte les statistiques tirées des sources suivantes:

- (1) États produits par l'Office de justification de la diffusion (OJD) ou le *Canadian Circulation Audit Board* (CCAB).
- (2) Rapports de vérification comptable d'un expert comptable reconnu.
- (3) Déclaration sous serment d'un éditeur dûment signée par un notaire ou un commissaire de l'administration publique.
- (4) Reçus du bureau de poste, dans le cas des nouvelles publications, pour chaque mois de la première période de vérification de six mois. Les chiffres des vérifications ultérieures doivent être tirés de l'une des trois sources susmentionnées.

Lorsque les rapports de vérification ne provenaient pas de l'une des sources précitées, il en était fait mention dans l'index du CARD. Les éditeurs des publications en cause étaient considérés comme des non-répondants potentiels (voir traitement de la non-réponse).

Les données supplémentaires contenues dans la présente étude, comme les chiffres de la population et les recettes publicitaires, sont tirées de publications de Statistique Canada. La bibliographie renferme une liste de toutes les sources de référence.

On se rappellera que tous les renseignements présentés ici sont tirés de documents déjà publiés. Les chiffres sur le tirage de journaux particuliers sont donnés dans un grand nombre de publications de la société *Maclean-Hunter Ltd.* Nous ne dérogeons donc pas à la règle de la confidentialité en les fournissant dans cet ouvrage.

Portée

La revue CARD ne fait état que des journaux et périodiques qui véhiculent de la publicité. Par conséquent, il se peut que les publications officielles, la plupart des

²⁵ Publication mensuelle de la société *Maclean-Hunter Limited* et du service *Standard Rate and Data Service Inc.*, Toronto (Ontario).

nals and some political, professional or sports reviews may not have been covered in this report. Examples of these include OWL, a children's magazine which does not carry advertising, and *Essays in Canadian Writing* published by York University in Toronto.

Definitions

Circulation – For UNESCO purposes, the average circulation includes the number of copies sold either by subscription or retail sales, as well as the number of copies distributed free of charge, but not the number of stolen or uncirculated copies. Publications whose circulation were audited would likely conform to this definition, however, it was uncertain what a publisher's sworn statement might include. In this case, the difference in circulation concepts is not expected to affect the statistics severely. They do however, add to the **non-sampling errors** of the survey. These errors are discussed in a later section.

Private household – The 1976 census definition of a private household refers to a person or group of persons (other than foreign residents) who occupy a private dwelling and do not have a usual place of residence elsewhere in Canada. The number of private households is equal to the number of occupied private dwellings.

This concept refers mainly to per household statistic, reported in Tables A3 and A7.

Treatment of non-response

A publication was considered to be alive if it was listed in CARD. The "Number in Category" figures, therefore represent the number of titles listed in the universe: the CARD index.

When a proper statement of circulation was not supplied to the publishers of the CARD index it was stated in their listings. These publications were considered "potential non-respondents".

The Statistics Canada files on newspapers and periodicals (dating back to 1972) were consulted for potential non-respondents, and the most recent circulation figure was taken as an estimate for the 1977 missing statistic. In most cases, the circulation estimates were only one year out of date. No attempts were made to adjust circulation estimates for possible annual increases, since an annual decrease was equally as likely to have occurred. The "Number of Reports" figures therefore include proper responses as well as the estimates for potential non-respondents.

journaux savants et certaines revues de nature politique, spécialisée ou sportive ne soient pas pris en compte. Ainsi, le magazine pour enfants OWL, qui ne contient pas d'annonces, et *Essays in Canadian Writing*, publié par l'université York à Toronto, ne sont pas inscrits dans ce répertoire.

Définitions

Tirage – D'après la définition de l'UNESCO, le tirage moyen désigne le nombre des exemplaires vendus par abonnement ou par l'intermédiaire de points de vente de détail ainsi que le nombre des exemplaires distribués gratuitement; sont exclus les exemplaires volés ou non diffusés. Dans les cas où le tirage a fait l'objet d'une vérification comptable, la définition a sans doute été respectée. Cependant, on ne sait pas avec certitude sur quels éléments les déclarations sous serment sont fondées. La différence entre les concepts utilisés ne devrait pas fausser les statistiques, mais elle aggrave par contre les **erreurs non liées à l'échantillonnage**. Il sera question de ces erreurs ci-après.

Ménage privé – D'après la définition du recensement de 1976, un ménage privé désigne une personne ou un groupe de personnes (autres que des résidents étrangers) qui occupent un logement privé et n'ont pas de domicile ailleurs au Canada. Le nombre de ménages privés est égal au nombre de logement privés occupés.

Ce concept vise surtout les données par ménage présentées aux tableaux A3 et A7.

Traitement de la non-réponse

Aux fins de la présente étude, on considère qu'une publication a cours lorsqu'elle est inscrite dans le CARD. Les données sur le "nombre dans la catégorie" représentent donc le nombre des titres figurant dans l'index du CARD.

Dans les cas où les éditeurs n'avaient pas fourni de déclaration officielle au CARD, il en était fait mention dans l'index. Les publications en cause étaient alors considérées comme des "non-répondants potentiels".

On a recouru aux fichiers de Statistique Canada sur les journaux et périodiques (dont les données remontent à 1972) afin de déterminer la non-réponse potentielle. On s'est fondé sur les données les plus récentes sur le tirage pour estimer les données qui manquaient pour 1977. Dans la plupart des cas, les estimations dataient de l'année précédente. On n'a pas tenté de corriger ces estimations afin de tenir compte des hausses annuelles possibles, puisque les risques de baisse étaient aussi grands que les possibilités de hausse. Les données sur le "nombre de déclarations" prennent donc en compte les réponses fournies ainsi que les estimations pour les non-répondants potentiels.

The difference between the “Number in Category” figures and the “Number of Reports” figures is the number of complete non-respondents; publication titles for which no figures whatsoever were available. In most cases, complete non-respondents were new publications for which no initial circulation audits were available.

Table 17 shows the number of reports and the proportion of the reported circulations which were estimated from previous years’ data. There was no available measure to indicate whether a bias was introduced by this method of estimating for non-respondents. It was felt however, that this method would cause less distortion than leaving the circulation blank.

Sampling and Non-sampling Errors

Sampling errors occur in surveys as a result of estimating statistics for a defined universe, from a randomly selected, yet representative subset of that universe. An estimate of this error is usually available. The present study, however, was a full coverage study in which all publications in the universe (CARD) were selected. Therefore, no sampling error was generated.

Non-sampling errors, on the other hand, result from the survey mechanisms themselves; definitional difficulties, estimating for non-respondents, coding errors, programming errors and undercoverage of the universe. Most non-sampling errors are difficult to isolate and expensive to estimate. With the exception of Table 17, there was no attempt to quantify these errors for the present study. Through repeated checking however, it was felt that the non-sampling errors were small.

La différence entre les données sur le nombre de publications par catégorie et les données sur le nombre de déclarations correspond au nombre de non-répondants véritables, c’est-à-dire les titres pour lesquels on ne disposait d’aucun renseignement de quelque nature que ce soit. Dans la plupart des cas, il s’agissait de nouvelles publications pour lesquelles il n’existait pas de vérification comparable.

Le tableau 17 fait état du nombre de déclarations et de la proportion de chiffres de tirage déclarés qui ont été estimés à partir des chiffres de l’année précédente. Nous n’avons pu déterminer si cette méthode d’estimation de la non-réponse a introduit un biais, mais il nous semble que les chiffres ont été moins faussés de cette manière que s’il n’y avait pas eu d’estimation.

Erreurs d’échantillonnage et autres erreurs

Les erreurs d’échantillonnage sont commises lorsque l’on estime des données pour un univers déterminé en se fondant sur un sous-ensemble choisi au hasard, mais représentatif. En général, on peut en estimer l’importance. Comme la présente étude portait sur toutes les publications de l’univers (le CARD), aucune erreur de ce genre n’a été commise.

Les autres erreurs, en revanche, sont liées aux mécanismes d’enquête en soi: elles proviennent de difficultés associées aux définitions, de l’estimation de la non-réponse, du codage, de la programmation et de la sous-représentation de l’univers. La plupart des erreurs de ce genre sont malaisées à isoler et leur estimation est coûteuse. Abstraction faite des données présentées au tableau 17, il n’existe pas de chiffres sur ces erreurs. Après avoir effectué maintes vérifications, on a toutefois constaté que les erreurs non liées à l’échantillonnage sont petites.

TABLE 17. Newspapers and Periodicals, Estimates for Non-respondents, 1976 and 1977

TABLEAU 17. Journaux et périodiques, estimation de la non-réponse, 1976 et 1977

	1976	1977
Daily newspapers — Quotidiens:		
Number of reports — Nombre de déclarations	122	123
Number estimated — Estimations	2	2
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	0.1	0.1
Community newspapers — Journaux locaux:		
Number of reports — Nombre de déclarations	979	1,003
Number estimated — Estimations	131	130
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	8.8	15.2
Ethnic community papers — Journaux locaux de langue étrangère:		
Number of reports — Nombre de déclarations	110	114
Number estimated — Estimations	29	48
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	16.3	31.9
University newspapers — Journaux universitaires:		
Number of reports — Nombre de déclarations	87	82
Number estimated — Estimations	13	10
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	14.0	15.3
Pop weeklies — Hebdo pop:		
Number of reports — Nombre de déclarations	16	16
Number estimated — Estimations	7	8
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	39.4	42.4
Consumer magazines — Revues d'intérêt général:		
Number of reports — Nombre de déclarations	266	274
Number estimated — Estimations	74	75
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	12.4	11.2
Roto magazines — Suppléments de journaux:		
Number of reports — Nombre de déclarations	16	16
Number estimated — Estimations	—	—
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	0.0	0.0
Religious magazines — Publications religieuses:		
Number of reports — Nombre de déclarations	20	23
Number estimated — Estimations	3	4
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	4.0	8.0
Scholarly publications — Publications savantes:		
Number of reports — Nombre de déclarations	6	5
Number estimated — Estimations	—	—
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	0.0	0.0
Farm magazines — Revues agricoles:		
Number of reports — Nombre de déclarations	67	75
Number estimated — Estimations	—	12
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	0.0	2.9
Trade publications — Publications spécialisées:		
Number of reports — Nombre de déclarations	516	560
Number estimated — Estimations	91	70
Per cent of circulation estimated — Pourcentage que représentent les estimations	10.4	7.9

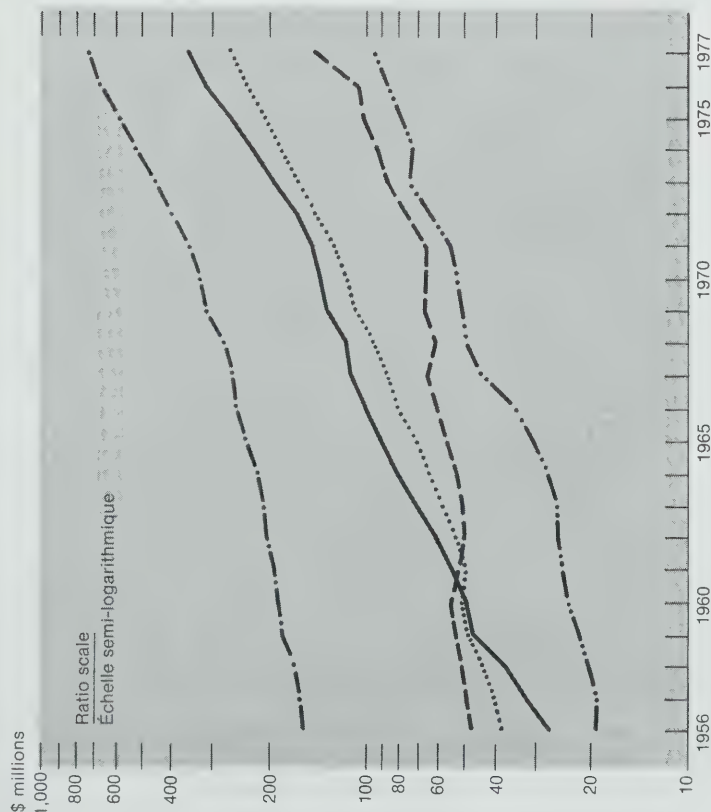
APPENDICES

Net Advertising Revenue by Selected Media, 1956-1977

Recettes nettes au titre de la publicité dans certains média, 1956 à 1977

Chart — A.1

Graphique — A.1



(1) Periodicals include all categories displayed in Table A.8.

Sources: 1956-1976: Statistics Canada
Printing, Publishing and Allied
Industries (Catalogue No. 36-203).
1977: Maclean-Hunter, Research Bureau Estimates in CANADIAN PRINTER AND
PUBLISHER, Jan. 1978.

NOTE:

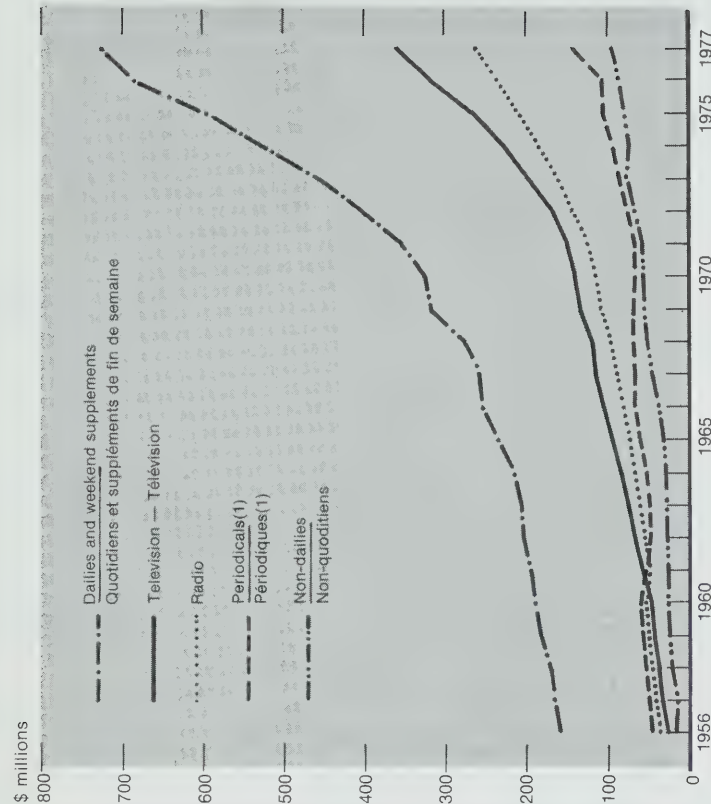
Figure A.1 and A.2 are plots of the identical data. Figure A.1, which is the graph referred to by the text, uses the ratio or logarithmic scale as its vertical axis (ordinate), while figure A.2 uses the more conventional decimal scale.

The graph using the decimal scale gives a static picture of advertising revenue levels at specific points in time. Figure A.1, on the other hand, emphasizes the dynamic aspects of these revenues, namely changes over time. A 10% increase on the ratio scale is pictorially the same regardless of whether the levels jumped from \$10 to \$11 or \$1,000 to \$1,100. The decimal scale on the other hand will picture the latter increase as being 100 times larger than the former, thereby giving the illusion that the \$1,000 to \$1,100 jump is the healthier.

The text compares the growth rates of one media sector to those of another. The ratio scale is therefore the correct one to use.

Chart — A.2

Graphique — A.2



(1) Les périodiques comprennent toutes les catégories apparaissant au tableau A.8.

Sources: 1956-1976: Statistique Canada
Imprimerie, édition et activités annexes
(n° 36-203 au catalogue).
1977: Estimations du Bureau de la recherche de la société Maclean-Hunter dans
CANADIAN PRINTER AND PUBLISHER, janvier 1978.

NOTA:

Les graphiques A.1 et A.2 illustrent les mêmes données. Dans le graphique A.1, dont il est question dans le texte, l'échelle de l'axe vertical (ou ordonnée) est semi-logarithmique, tandis que dans le graphique A.2, c'est l'échelle décimale, plus conventionnelle, qui est utilisée.

Le graphique A.2 présente une image statique des recettes au titre de la publicité à des moments déterminés. Par contre, le graphique A.1 en fait ressortir les aspects dynamiques, c'est-à-dire les changements opérés. Dans ce dernier graphique, une augmentation de 10% sera toujours représentée de la même façon, peu importe que le niveau soit passé de \$10 à \$11 ou de \$1,000 à \$1,100. Dans l'autre graphique, en revanche, l'augmentation de \$1,000 à \$1,100 sera illustrée comme étant 100 fois supérieure à la hausse de \$10 à \$11. Cela donne donc l'impression que la seconde augmentation a été plus vigoureuse.

Dans le texte, on compare les taux d'accroissement enregistrés dans un secteur d'information avec ceux d'un autre secteur. Il convient par conséquent d'utiliser l'échelle semi-logarithmique (graphique A.1).

TABLE A1. Newspapers and Periodicals, Circulations by Type of Publication and Language, 1976 and 1977
TABLEAU A1. Journaux et périodiques, tirage selon le genre de publication et la langue, 1976 et 1977

Type of publication Genre de publication	English - Anglais		French - Français		Bilingual (English - French) - Bilingue (Anglais - Français)		Other - Autres		Total	
	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977
Daily newspapers - Journaux quotidiens										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	104	105	12	12	-	-	6	6	122	123
Number of reports - Nombre de déclarations	104	105	12	12	-	-	6	6	122	123
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	4,090,704	4,213,318	900,767	920,975	-	-	43,961	46,025	5,035,432	5,180,318
Non-daily newspapers - Journaux non quotidiens										
Community newspapers - Journaux locaux:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	829	830	125	134	55	54	114	116	1,123	1,134
Number of reports - Nombre de déclarations	802	815	122	134	55	54	110	114	1,089	1,117
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	5,401,039	5,955,844	1,467,270	1,835,456	898,149	1,007,948	1,123,119	1,028,285	8,889,577	9,827,533
Pop weeklies - Hebdomadaires:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	2	2	14	14	-	-	-	-	16	16
Number of reports - Nombre de déclarations	2	2	14	14	-	-	-	-	16	16
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	65,702	76,476	1,120,416	1,090,461	-	-	-	-	1,186,118	1,166,937
University newspapers - Journaux étudiants:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	85	81	3	3	2	2	-	-	90	86
Number of reports - Nombre de déclarations	82	77	3	3	2	2	-	-	87	82
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	1,084,140	808,484	108,103	100,000	53,609	52,509	-	-	1,245,852	960,993
Total non-daily newspapers - Total des journaux non quotidiens:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	916	913	142	151	57	56	114	116	1,229	1,336
Number of reports - Nombre de déclarations	886	894	139	151	57	56	110	114	1,192	1,215
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	6,550,881	6,840,804	2,695,789	3,025,917	951,758	1,060,457	1,123,119	1,028,285	11,321,547	11,955,463
Periodicals - Périodiques										
Consumer magazines - Revues d'intérêt général:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	217	214	51	46	12	12	26	30	306	302
Number of reports - Nombre de déclarations	118	192	43	42	11	12	24	28	266	274
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	16,888,652	18,313,213	3,777,282	4,035,292	3,503,770	3,809,460	219,238	254,182	24,388,942	26,412,147
Roto magazines - Suppléments de journaux:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	10	10	6	6	-	-	-	-	16	16
Number of reports - Nombre de déclarations	10	10	6	6	-	-	-	-	16	16
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	8,127,709	8,434,224	1,151,326	1,268,295	-	-	-	-	9,279,035	9,702,519
Religious magazines - Publications religieuses:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	19	21	1	1	-	-	1	1	21	23
Number of reports - Nombre de déclarations	18	21	1	1	-	-	1	1	20	23
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	824,302	894,203	67,019	69,291	-	-	4,502	4,694	895,823	968,188
Scholarly publications - Publications savantes:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	4	4	-	-	2	1	-	-	6	5
Number of reports - Nombre de déclarations	4	4	-	-	2	1	-	-	6	5
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	8,332	8,495	-	-	7,317	4,551	-	-	15,649	13,046
Farm magazines - Revues agricoles:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	61	68	3	4	3	3	-	-	67	75
Number of reports - Nombre de déclarations	61	68	3	4	3	3	-	-	67	75
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	2,207,379	2,283,435	179,130	212,751	16,455	16,224	-	-	2,402,964	2,512,410
Trade magazines - Publications spécialisées:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	444	472	68	70	30	33	5	5	547	580
Number of reports - Nombre de déclarations	421	456	62	68	28	31	5	5	516	560
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	4,822,555	5,320,660	553,576	664,998	435,818	362,965	104,652	119,081	5,916,601	6,467,704
Total periodicals - Total des périodiques:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	755	789	129	127	47	49	32	36	963	1,001
Number of reports - Nombre de déclarations	702	751	115	127	44	47	30	34	891	953
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	32,878,929	35,254,230	5,728,333	6,250,627	3,963,360	4,193,200	328,392	377,957	42,899,014	46,076,014

TABLE A2. Daily Newspapers, Total Daily Circulation¹ by Census Metropolitan Areas and Language, 1976 and 1977
TABLEAU A2. Journaux quotidiens, tirage quotidien total¹ selon la région métropolitaine de recensement et la langue, 1976 et 1977

Province	English - Anglais			French - Français			Other - Autres			Total		
	Number of newspapers — Nombre de journaux	Circulation — Tirage		Number of newspapers — Nombre de journaux	Circulation — Tirage		Number of newspapers — Nombre de journaux	Circulation — Tirage		Number of newspapers — Nombre de journaux	Circulation — Tirage	
		1976	1977		1976	1977		1976	1977		1976	1977
Newfoundland - Terre-Neuve:												
St. John's	2	43,685	45,314	—	—	—	—	—	—	2	43,685	45,314
Outside metro area - À l'extérieur de la région métropolitaine	1	8,561	8,779	—	—	—	—	—	—	1	8,561	8,779
Total	3	52,246	54,093	—	—	—	—	—	—	3	52,246	54,093
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard:												
Total	3	31,216	31,922	—	—	—	—	—	—	3	31,216	31,922
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse:												
Halifax	2	120,945	122,439	—	—	—	—	—	—	2	120,945	122,439
Outside metro area - À l'extérieur de la région métropolitaine	4	48,215	51,559	—	—	—	—	—	—	4	48,215	51,559
Total	6	169,160	173,998	—	—	—	—	—	—	6	169,160	173,998
New Brunswick - Nouveau-Brunswick:												
Saint John	2	62,049	61,628	—	—	—	—	—	—	2	62,049	61,628
Outside metro area - À l'extérieur de la région métropolitaine	3	60,851	62,995	1	14,296	14,984	—	—	—	4	75,147	77,979
Total	5	122,900	124,623	1	14,296	14,984	—	—	—	6	137,196	139,607
Québec:												
Chicoutimi - Jonquière	—	—	—	1	22,507	22,714	—	—	—	1	22,507	22,714
Montréal	2	288,816	299,073	4	520,266	542,344	—	—	—	6	809,082	841,417
Québec	—	—	—	2	199,602	196,704	—	—	—	2	199,602	196,704
Outside metro areas - À l'extérieur des régions métropolitaines	1	6,637	6,672	3	98,950	97,772	—	—	—	4	105,587	104,444
Total	3	295,453	305,745	10	841,325	859,534	—	—	—	13	1,136,778	1,165,279
Ontario:												
Hamilton	1	137,909	139,318	—	—	—	—	—	—	1	137,909	139,318
Kitchener-Waterloo	1	65,293	66,231	—	—	—	—	—	—	1	65,293	66,231
London	1	125,931	126,364	—	—	—	—	—	—	1	125,931	126,364
Oshawa	1	23,550	24,460	—	—	—	—	—	—	1	23,550	24,460
Ottawa-Hull	22	185,026	216,568	1	45,146	46,457	—	—	—	32	230,172	263,025
St. Catharines-Niagara Falls	2	60,541	61,662	—	—	—	—	—	—	2	60,541	61,662
Sudbury	1	36,636	33,708	—	—	—	—	—	—	1	36,636	33,708
Thunder Bay	2	33,736	32,034	—	—	—	—	—	—	2	33,736	32,034
Toronto	6	968,806	996,209	—	—	—	3	35,982	37,871	9	1,004,788	1,034,080
Windsor	1	85,142	86,992	—	—	—	—	—	—	1	85,142	86,992
Outside metro areas - À l'extérieur des régions métropolitaines	28	364,830	369,577	—	—	—	—	—	—	28	364,830	369,577
Total	462	2,087,400	2,153,123	1	45,146	46,457	3	35,982	37,871	502	2,168,528	2,237,451
Manitoba:												
Winnipeg	2	229,040	236,680	—	—	—	—	—	—	2	229,040	236,680
Outside metro area - À l'extérieur de la région métropolitaine	6	31,937	32,547	—	—	—	—	—	—	6	31,937	32,547
Total	8	260,977	269,227	—	—	—	—	—	—	8	260,977	269,227
Saskatchewan:												
Regina	1	65,456	66,251	—	—	—	—	—	—	1	65,456	66,251
Saskatoon	1	48,664	50,218	—	—	—	—	—	—	1	48,664	50,218
Outside metro areas - À l'extérieur des régions métropolitaines	2	16,851	18,095	—	—	—	—	—	—	2	16,851	18,095
Total	4	130,971	134,564	—	—	—	—	—	—	4	130,971	134,564
Alberta:												
Calgary	2	157,851	164,108	—	—	—	—	—	—	2	157,851	164,108
Edmonton	1	165,455	172,815	—	—	—	—	—	—	1	165,455	172,815
Outside metro areas - À l'extérieur des régions métropolitaines	5	59,619	64,989	—	—	—	—	—	—	5	59,619	64,989
Total	8	382,925	401,912	—	—	—	—	—	—	8	382,925	401,912
British Columbia - Colombie-Britannique:												
Vancouver	3	391,452	393,292	—	—	—	3	7,979	8,154	6	399,431	401,446
Victoria	2	68,124	68,888	—	—	—	—	—	—	2	68,124	68,888
Outside metro areas - À l'extérieur des régions métropolitaines	13	97,880	101,931	—	—	—	—	—	—	13	97,880	101,931
Total	18	557,456	564,111	—	—	—	—	—	—	21	565,435	572,265
Canada:												
Metropolitan areas - Régions métropolitaines	382	3,364,107	3,434,252	8	787,521	808,219	6	43,961	46,025	522	4,195,589	4,288,496
Outside metro areas - À l'extérieur des régions métropolitaines	66	726,597	749,066	4	113,246	112,756	—	—	—	70	839,843	861,822
Total	1042	4,090,704	4,213,318	12	900,767	920,975	6	43,961	46,025	1222	5,035,432	5,180,318

¹ Based on 100% response. - Le taux de réponse est de 100 %.

² In 1976. Add one for 1977. - En 1976. Il y en avait un de plus en 1977.

Source: Canadian Advertising Rates and Data (December 1976 and December 1977). - Canadian Advertising Rates and Data (décembre 1976 et décembre 1977).

TABLE A3. Daily Newspapers, Circulation Analysis by Province and Census Metropolitan Areas, 1977
TABLEAU A3. Journaux quotidiens, analyse du tirage selon la province et la région métropolitaine de recensement, 1977

	Population	Per capita circulation — Tirage par habitant	Number of private households — Nombre de ménages privés	Per household circulation — Tirage par ménage	Average size of private household — Nombre moyen de personnes par ménage
Newfoundland — Terre-Neuve:					
St. John's	143,390	0.316	36,800	1.231	3.8
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine	414,335	0.021	94,865	0.093	..
Total	557,725	0.097	131,665	0.411	4.1
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard:					
Total	118,230	0.270	32,925	0.970	3.5
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse:					
Halifax	267,991	0.457	81,845	1.495	3.2
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine	560,579	0.092	161,250	0.320	..
Total	828,570	0.210	243,095	0.716	3.3
New Brunswick — Nouveau-Brunswick:					
Saint John	112,974	0.546	34,065	1.809	3.2
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine	564,276	0.138	156,370	0.472	..
Total	677,250	0.206	190,435	0.733	3.5
Québec:					
Chicoutimi — Jonquière	128,643	0.177	33,850	0.671	3.7
Montréal	2,802,485	0.300	924,635	0.910	3.0
Québec	542,158	0.363	164,600	1.195	3.2
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	2,761,159	0.038	771,025	0.136	..
Total	6,234,445	0.187	1,894,110	0.615	3.2
Ontario:					
Hamilton	529,371	0.263	172,515	0.808	3.0
Kitchener	272,158	0.243	81,885	0.809	3.0
London	270,383	0.467	91,770	1.377	2.9
Oshawa	135,196	0.181	41,450	0.590	3.2
Ottawa - Hull	693,288	0.379	225,105	1.168	3.0
St. Catharines - Niagara Falls	301,921	0.204	97,395	0.633	3.0
Sudbury	157,030	0.215	45,705	0.738	3.4
Thunder Bay	119,253	0.269	37,270	0.860	3.1
Toronto	2,803,101	0.478	909,530	1.137	3.0
Windsor	247,582	0.351	80,190	1.085	3.0
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	2,735,182	0.135	851,805	0.434	..
Total	8,264,465	0.271	2,634,620	0.849	3.1
Manitoba:					
Winnipeg	578,217	0.409	197,305	1.200	2.9
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine	443,293	0.073	130,700	0.249	..
Total	1,021,510	0.264	328,005	0.821	3.0
Saskatchewan:					
Regina	151,191	0.438	49,790	1.331	3.0
Saskatoon	133,750	0.375	44,800	1.121	2.9
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	636,384	0.028	196,565	0.092	..
Total	921,325	0.146	291,155	0.462	3.1
Alberta:					
Calgary	469,917	0.330	155,155	1.058	3.0
Edmonton	554,228	0.312	179,630	0.962	3.0
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	813,890	0.080	240,495	0.270	..
Total	1,838,035	0.219	575,280	0.699	3.1
British Columbia — Colombie-Britannique:					
Vancouver	1,166,348	0.344	407,560	0.985	2.8
Victoria	218,250	0.316	81,005	0.850	2.6
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	1,082,007	0.094	339,720	0.300	..
Total	2,466,605	0.232	828,285	0.691	2.9
Yukon	21,835	—	6,495	—	4.1
Northwest Territories — Territoires du Nord-Ouest	42,610	—	10,020	—	3.2
Canada:					
Metro areas — Régions métropolitaines	12,798,825	0.335	4,164,860	1.028	..
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines	10,193,780	0.088	3,001,235	0.298	..
Total	22,992,605	0.225	7,166,095	0.723	3.

TABLE A4. Daily Newspapers, Circulation by Province and City Size, 1977
TABLEAU A4. Journaux quotidiens, tirage selon la province et l'importance de la ville, 1977

	Census metropolitan areas Régions métropolitaines de recensement	All other cities by population size — Autres villes selon la taille de la population					Total
		50,000 - 99,999	25,000 - 49,999	10,000 - 24,999	5,000 - 9,999	Less than 5,000 — Moins de 5,000	
Newfoundland — Terre-Neuve:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	2	—	1	—	—	—	3
Total circulation — Tirage total	45,314	—	8,779	—	—	—	54,093
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.316	—	.348	—	—	—	.097
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	—	—	—	2	1	—	3
Total circulation — Tirage total	—	—	—	21,027	10,895	—	31,922
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	—	—	—	.616	1.268	—	.270
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	2	—	1	3	—	—	6
Total circulation — Tirage total	122,439	—	29,704	21,855	—	—	173,998
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.457	—	.969	.647	—	—	.210
New Brunswick — Nouveau-Brunswick:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	2	3	1	—	—	—	6
Total circulation — Tirage total	61,628	56,892	21,087	—	—	—	139,607
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.546	.339	.466	—	—	—	.206
Québec:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	9	3	1	—	—	—	13
Total circulation — Tirage total	1,060,835	94,717	9,727	—	—	—	1,165,279
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.305	.459	.262	—	—	—	.187
Ontario:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	23	8	8	9	2	1	51
Total circulation — Tirage total	1,867,874	185,356	101,484	75,662	6,075	1,000	2,237,451
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.338	.363	.364	.534	.318	.322	.271
Manitoba:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	2	—	1	2	2	1	8
Total circulation — Tirage total	236,680	—	16,675	8,335	6,837	700	269,227
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.409	—	.478	.279	.387	.187	.264
Saskatchewan:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	2	—	2	—	—	—	4
Total circulation — Tirage total	116,469	—	18,095	—	—	—	134,564
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.584	—	.306	—	—	—	.146
Alberta:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	3	—	3	2	—	—	8
Total circulation — Tirage total	336,926	—	53,460	11,529	—	—	401,912
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.231	—	.478	.349	—	—	.219
British Columbia — Colombie-Britannique:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	8	3	1	5	4	—	21
Total circulation — Tirage total	470,334	40,161	9,810	29,912	22,048	—	572,265
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.340	.236	.243	.345	.625	—	.232
Canada:							
Number of dailies — Nombre de quotidiens . .	53	17	19	23	9	2	123
Total circulation — Tirage total	4,288,496	377,126	268,821	168,320	45,855	1,700	5,180,318
Per capita circulation — Tirage par habitant . .	.335	.357	.405	.469	.562	.248	.225

TABLE A5. Non-daily Newspapers, Circulation by Province and Language, 1976 and 1977
TABLEAU A5. Journaux non quotidiens, tirage selon la province et la langue, 1976 et 1977

	English - Anglais		French - Français		Bilingual (English - French) - Bilingue (Anglais - Français)		Other - Autres		Total	
	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977
Newfoundland - Terre-Neuve:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	14	14	-	-	-	-	-	-	14	14
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	14	14	-	-	-	-	-	-	14	14
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	77,551	83,158	-	-	-	-	-	-	77,551	83,158
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	3	4	1	1	-	-	-	-	4	5
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	3	4	1	1	-	-	-	-	4	5
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	9,844	12,101	1,000	1,000	-	-	-	-	10,844	13,101
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	36	34	1	1	-	-	-	-	37	35
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	36	34	1	1	-	-	-	-	37	35
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	225,980	187,469	3,028	3,051	-	-	-	-	229,008	190,520
New Brunswick - Nouveau-Brunswick:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	17	20	3	2	2	2	-	-	22	24
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	17	20	3	2	2	2	-	-	22	24
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	95,218	118,721	23,863	24,002	11,779	11,515	-	-	130,860	154,238
Québec:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	32	31	129	140	49	48	24	23	234	242
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	30	28	127	140	49	48	23	22	229	238
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	264,537	280,849	2,634,747	2,962,745	860,921	970,984	428,727	424,147	4,188,932	4,638,725
Ontario:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	368	374	3	2	4	4	68	71	443	541
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	355	368	2	2	4	4	67	71	428	445
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	3,145,105	3,297,935	11,791	12,986	78,383	77,283	544,854	461,368	3,780,133	3,849,571
Manitoba:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	69	65	1	1	-	-	9	8	79	74
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	64	62	1	1	-	-	9	8	74	7
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	370,234	319,528	12,000	12,300	-	-	73,608	71,757	455,842	403,581
Saskatchewan:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	103	104	2	2	2	2	-	-	107	10
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	99	101	2	2	2	2	-	-	103	10
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	400,700	402,189	800	800	675	675	-	-	402,175	403,661
Alberta:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	130	116	1	1	-	-	2	2	133	11
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	128	115	1	1	-	-	2	2	131	11
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	735,960	790,663	5,560	6,033	-	-	30,098	29,986	771,618	826,614
British Columbia - Colombie-Britannique:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	135	142	1	1	-	-	11	12	147	1
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	132	140	1	1	-	-	9	11	142	1
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	1,189,152	1,310,195	3,000	3,000	-	-	45,832	41,027	1,237,984	1,354,211
Yukon:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	2	2	-	-	-	-	-	-	2	2
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	2	2	-	-	-	-	-	-	2	2
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	12,646	13,246	-	-	-	-	-	-	12,646	13,246
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	7	7	-	-	-	-	-	-	7	7
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	6	6	-	-	-	-	-	-	6	6
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	23,954	24,750	-	-	-	-	-	-	23,954	24,750
Canada:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	916	913	142	151	57	56	114	116	1,229	1,195
Number of reports - Nombre de déclarations . . .	886	894	139	151	57	56	110	114	1,192	1,195
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	6,550,881	6,840,804	2,695,789	3,025,917	951,758	1,060,457	1,123,119	1,028,285	11,321,547	11,955,547

TABLE A6. Non-daily Newspapers, Circulation by Language and Census Metropolitan Areas, 1976 and 1977
TABLEAU A6. Journaux non quotidiens, tirage selon la région métropolitaine de recensement et la langue, 1976 et 1977

	English — Anglais		French — Français		Bilingual (English — French) Bilingue (anglais — français)		Other — Autres		Total	
	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977
Metropolitan areas with 15 or more non-dailies — Régions métropolitaines possédant 15 non-quotidiens ou plus										
Montréal:										
Number in category — Nombre dans la catégorie	8	8	33	39	34	35	24	23	99	105
Number of reports — Nombre de déclarations	8	8	33	39	34	35	23	22	98	104
Total reported circulation — Tirage total déclaré . . .	116,183	131,089	1,688,439	1,799,876	726,800	836,050	428,727	424,147	2,960,149	3,191,162
Hamilton:										
Number in category — Nombre dans la catégorie	13	14	—	—	—	—	1	1	14	15
Number of reports — Nombre de déclarations	13	14	—	—	—	—	1	1	14	15
Total reported circulation — Tirage total déclaré . . .	184,720	194,123	—	—	—	—	8,000	8,000	192,720	202,123
Toronto:										
Number in category — Nombre dans la catégorie	75	77	1	—	—	—	60	62	136	139
Number of reports — Nombre de déclarations	72	75	—	—	—	—	59	62	131	137
Total reported circulation — Tirage total déclaré . . .	1,046,233	1,108,647	—	—	—	—	505,660	414,160	1,551,893	1,522,807
Winnipeg:										
Number in category — Nombre dans la catégorie	12	7	1	1	—	—	9	8	22	16
Number of reports — Nombre de déclarations	9	6	1	1	—	—	9	8	19	15
Total reported circulation — Tirage total déclaré . . .	168,632	114,625	12,000	12,300	—	—	73,608	71,757	254,240	198,682
Vancouver:										
Number in category — Nombre dans la catégorie	31	33	1	1	—	—	10	12	42	46
Number of reports — Nombre de déclarations	30	33	1	1	—	—	8	11	39	45
Total reported circulation — Tirage total déclaré . . .	494,898	535,634	3,000	3,000	—	—	44,332	41,027	542,230	579,661
All other metro areas — Autres régions métropolitaines										
Number in category — Nombre dans la catégorie	59	56	11	13	—	—	7	8	77	77
Number of reports — Nombre de déclarations	58	56	11	13	—	—	7	8	76	77
Total reported circulation — Tirage total déclaré . . .	964,776	896,959	194,480	240,761	—	—	52,092	59,194	1,211,348	1,196,914
Total metro areas — Total des régions métropolitaines										
Number in category — Nombre dans la catégorie	198	195	47	54	34	35	111	114	390	398
Number of reports — Nombre de déclarations	190	192	46	54	34	35	107	112	377	393
Total reported circulation — Tirage total déclaré . . .	2,975,442	2,981,077	1,897,919	2,055,937	726,800	836,050	1,112,419	1,018,285	6,712,580	6,891,349

TABLE A7. Non-daily Newspapers, Circulation Analysis by Province and Census Metropolitan Areas, 1977
TABLEAU A7. Journaux non quotidiens, analyse du tirage selon la province et la région métropolitaine de recensement, 1977

	Population	Per capita circulation — Tirage par habitant	Number of private households — Nombre de ménages privés	Per household circulation — Tirage par ménage
Newfoundland — Terre-Neuve:				
St. John's	143,390	0.212	36,800	0.826
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine . . .	414,335	0.127	94,865	0.556
Total	557,725	0.149	131,665	0.632
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard:				
Total	118,230	0.111	32,925	0.398
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse:				
Halifax	267,991	0.150	81,845	0.491
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine . . .	560,579	0.268	161,250	0.932
Total	828,570	0.230	243,095	0.784
New Brunswick — Nouveau-Brunswick:				
Saint John	112,974	0.052	34,065	0.171
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine . . .	564,276	0.263	165,370	0.898
Total	677,250	0.228	190,435	0.810
Québec:				
Chicoutimi-Jonquière	128,643	0.644	33,850	2.446
Montréal	2,802,485	1.139	924,635	3.452
Québec	542,158	0.213	164,600	0.700
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines . . .	2,761,159	0.453	771,025	1.612
Total	6,234,445	0.744	1,894,110	2.449
Ontario:				
Hamilton	529,371	0.382	172,515	1.172
Kitchener	272,158	0.184	87,885	0.569
London	270,383	0.337	91,770	0.993
Oshawa	135,196	0.360	41,450	1.175
Ottawa-Hull	693,288	0.118	225,105	0.363
St. Catharines	301,921	0.072	97,395	0.223
Sudbury	157,030	0.289	45,705	0.993
Thunder Bay	119,253	0.325	37,370	1.035
Toronto	2,803,101	0.543	909,530	1.674
Windsor	247,582	0.113	80,190	0.347
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines . . .	2,735,182	0.629	845,769	2.031
Total	8,264,465	0.466	2,634,620	1.461
Manitoba:				
Winnipeg	578,217	0.344	197,305	1.007
Outside metro area — À l'extérieur de la région métropolitaine . . .	443,293	0.462	130,700	1.568
Total	1,021,510	0.395	328,005	1.230
Saskatchewan:				
Regina	151,191	0.007	47,790	0.023
Saskatoon	133,750	0.333	44,800	0.993
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines . . .	636,384	0.563	196,565	1.822
Total	921,325	0.438	291,155	1.386
Alberta:				
Calgary	469,917	0.620	155,155	1.879
Edmonton	554,228	0.115	179,630	0.356
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines . . .	813,890	0.579	240,495	1.960
Total	1,838,035	0.450	575,280	1.437
British Columbia — Colombie-Britannique:				
Vancouver	1,166,348	0.583	407,560	1.422
Victoria	218,250	0.532	81,005	1.434
Outside metro areas — À l'extérieur des régions métropolitaines . . .	1,082,007	0.609	339,720	1.938
Total	2,466,605	0.549	828,285	1.635
Yukon	21,835	0.607	6,495	2.039
Northwest Territories — Territoires du Nord-Ouest	42,610	0.581	10,020	2.470
Canada	22,992,605	0.520	7,166,095	1.668

TABLE A8. Periodicals, Total Circulation per Issue by UNESCO Classification and Language, 1976 and 1977
TABLEAU A8. Périodiques, tirage total par numéro selon la classification de l'UNESCO et la langue, 1976 et 1977

	English - Anglais		French - Français		Bilingual (English - French) - Bilingue (anglais - français)		Other - Autres		Total	
	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977
General news magazines - Magazines d'information:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	7	7	2	2	-	-	2	2	11	11
Number of reports - Nombre de déclarations	7	7	2	2	-	-	2	2	11	11
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	4,844,949	4,818,296	880,594	1,074,751	-	-	42,765	42,749	5,768,308	5,935,796
Almanacs, directories, calendars - Almanachs et annuaires:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	13	15	3	3	4	4	1	1	21	23
Number of reports - Nombre de déclarations	12	14	3	3	4	4	1	1	20	22
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	1,289,512	1,774,537	453,031	462,925	1,951,581	2,188,509	67,570	76,722	3,761,694	4,502,693
Philosophy, psychology, metaphysics - Philosophie, psychologie et métaphysique:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Number of reports - Nombre de déclarations	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Religion, theology - Religion et théologie:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	23	25	2	2	-	-	3	3	28	30
Number of reports - Nombre de déclarations	22	25	2	2	-	-	3	3	27	30
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	1,029,387	1,105,206	69,319	71,496	-	-	10,932	10,394	1,109,638	1,187,096
Sociology, demography, statistics - Sociologie, démographie et statistique:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	4	3	-	-	-	-	-	-	4	3
Number of reports - Nombre de déclarations	4	3	-	-	-	-	-	-	4	3
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	84,798	33,119	-	-	-	-	-	-	84,798	33,119
Political science, economics - Sciences politiques et économiques:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	28	26	2	2	3	2	6	6	39	36
Number of reports - Nombre de déclarations	27	25	2	2	3	1	5	5	37	33
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	792,777	831,598	11,165	10,720	17,711	4,551	33,586	33,586	855,239	880,455
Law, public administration, social welfare - Droit, administration publique et bien-être:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	34	39	4	4	3	5	1	1	42	49
Number of reports - Nombre de déclarations	32	37	3	4	3	5	1	1	39	47
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	335,830	391,103	15,117	25,763	33,559	44,914	2,100	1,700	386,606	463,480
Military science, national defense - Art et sciences militaires:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	1	1	-	-	1	1	-	-	2	2
Number of reports - Nombre de déclarations	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	11,500	11,500	-	-	-	-	-	-	11,500	11,500
Science of education - Sciences de l'éducation:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	22	22	4	4	2	2	2	2	30	30
Number of reports - Nombre de déclarations	21	22	4	4	2	2	2	2	29	30
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	445,856	595,358	35,602	65,645	33,500	34,439	4,300	4,300	519,258	699,742

TABLE A8. Periodicals, Total Circulation per Issue by UNESCO Classification and Language, 1976 and 1977 – Continued
TABLEAU A8. Périodiques, tirage total par numéro selon la classification de l'UNESCO et la langue, 1976 et 1977 – suite

	English – Anglais		French – Français		Bilingual (English – French) – Bilingue (anglais – français)		Other – Autres		Total	
	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977
Commerce, trade, communications, and transport – Commerce, communications et transports:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	42	40	5	3	3	1	1	1	51	45
Number of reports – Nombre de déclarations	37	37	4	3	2	1	1	1	44	42
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	275,550	275,539	41,787	18,924	19,885	13,646	14,605	11,888	351,827	319,997
Ethnography, folklore, customs, rites – Ethnogra- phie, moeurs, coutumes, folklore:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	11	11	8	6	–	–	–	–	19	17
Number of reports – Nombre de déclarations	10	11	7	6	–	–	–	–	17	17
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	1,621,179	2,073,838	612,944	463,286	–	–	–	–	2,234,123	2,537,124
Linguistics and philology – Linguistique et philologie:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Number of reports – Nombre de déclarations	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Mathematics (excluding statistics) – Mathématiques (sauf statistique):										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	1	1	–	–	–	–	–	–	1	1
Number of reports – Nombre de déclarations	1	1	–	–	–	–	–	–	1	1
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	1,566	1,576	–	–	–	–	–	–	1,566	1,576
Natural sciences – Sciences naturelles:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	12	10	1	–	1	1	–	–	14	11
Number of reports – Nombre de déclarations	9	10	1	–	1	1	–	–	11	11
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	136,737	144,603	13,683	–	2,137	2,108	–	–	152,557	146,711
Medical science, public health – Sciences médicales, santé publique:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	48	48	8	8	7	7	–	–	63	63
Number of reports – Nombre de déclarations	45	47	6	8	7	7	–	–	58	62
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	594,350	668,088	83,910	104,782	78,339	82,090	–	–	756,599	854,960
Engineering and technology – Génie et technologie:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	136	151	21	23	7	8	2	2	166	184
Number of reports – Nombre de déclarations	131	148	21	22	7	8	2	2	161	180
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	1,453,200	1,758,681	157,300	171,451	1,341,972	1,352,031	42,431	41,771	2,994,903	3,323,934
Agriculture, forestry, fisheries – Agriculture, sylvicul- ture, pêcheries:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	84	95	6	6	3	3	1	1	94	105
Number of reports – Nombre de déclarations	83	94	6	6	3	3	1	1	93	104
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	1,996,003	2,175,161	194,307	222,147	16,455	16,224	9,700	9,700	2,216,465	2,423,232
Domestic science – Sciences ménagères:										
Number in category – Nombre dans la catégorie . . .	20	22	7	8	–	–	1	1	28	31
Number of reports – Nombre de déclarations	20	22	5	8	–	–	1	1	26	31
Total reported circulation – Tirage total déclaré . .	3,852,074	3,954,907	370,194	465,494	–	–	3,200	3,200	4,225,468	4,423,601

TABLE A8. Periodicals, Total Circulation per Issue by UNESCO Classification and Language, 1976 and 1977 - Concluded

TABLEAU A8. Périodiques, tirage total par numéro selon la classification de l'UNESCO et la langue, 1976 et 1977 - fin

	English - Anglais		French - Français		Bilingual (English - French) - Bilingue (anglais - français)		Other - Autres		Total	
	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977	1976	1977
Business management, industry organization - Organisation et gestion du commerce et de l'industrie:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	98	100	15	15	5	5	3	3	121	123
Number of reports - Nombre de déclarations	92	94	15	15	5	5	3	3	115	117
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	1,691,531	1,705,600	174,481	210,366	195,300	98,358	50,653	68,447	2,111,965	2,082,771
Regional planning, architecture - Urbanisme, architecture:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	13	12	2	3	2	2	-	-	17	17
Number of reports - Nombre de déclarations	13	12	2	2	1	2	-	-	16	16
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	436,528	449,601	39,572	32,728	2,195	22,320	-	-	478,295	504,649
Fine arts - Beaux-arts:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	31	29	6	6	-	-	-	-	37	35
Number of reports - Nombre de déclarations	22	23	4	5	-	-	-	-	26	28
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	288,441	265,912	88,389	172,240	-	-	-	-	276,830	438,152
Entertainment, games, sport - Divertissements, jeux, sports:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	101	108	28	27	4	6	1	-	134	141
Number of reports - Nombre de déclarations	91	98	24	25	4	6	1	-	120	129
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	9,425,758	10,494,370	1,995,139	2,247,009	194,276	234,010	3,800	-	11,618,973	12,975,389
Literature - Littérature:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	2	2	2	1	-	-	-	-	4	3
Number of reports - Nombre de déclarations	2	2	2	1	-	-	-	-	4	3
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	42,102	42,466	26,400	6,900	-	-	-	-	68,502	49,366
Geography, travel - Géographie, voyages:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	19	18	3	4	2	2	-	-	24	24
Number of reports - Nombre de déclarations	16	14	2	3	2	2	-	-	20	19
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	1,435,161	889,271	465,399	424,000	76,450	100,000	-	-	1,977,010	1,413,271
History, biography - Histoire, biographies:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1
Number of reports - Nombre de déclarations	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	4,064	4,084	-	-	-	-	-	-	4,064	4,084
Subject not specified - Non déterminée:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	4	3	-	-	-	-	8	13	12	16
Number of reports - Nombre de déclarations	3	3	-	-	-	-	7	12	10	15
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	790,076	789,816	-	-	-	-	42,750	73,500	832,826	863,316
Total:										
Number in category - Nombre dans la catégorie . . .	755	789	129	127	47	49	32	36	963	1,001
Number of reports - Nombre de déclarations	702	751	115	121	44	47	30	34	891	953
Total reported circulation - Tirage total déclaré . .	32,878,929	35,254,230	5,728,333	6,250,627	3,963,360	4,193,200	328,392	377,957	42,899,014	46,076,014

TABLE A9. Net Advertising and Sales Revenue, 1975 - 1977
TABLE A9. Recettes nettes au titre de la publicité et des ventes, 1975 - 1977

	Advertising – Publicité			Sales – Ventes			Total		
	1975	1976	1977	1975	1976	1977	1975	1976	1977
thousands of dollars – milliers de dollars									
Newspapers – Journaux:									
Daily newspapers – Quotidiens	564,638	661,422	700,000 ^e	168,030	187,696	..	732,668	849,188	..
Weekend supplements – Suppléments de fin de semaine	23,134	25,790	23,000 ^e	6,646	5,040	..	29,780	30,830	..
Non-daily newspapers ¹ – Non quotidiens ¹	79,965	86,000 ^e	94,000 ^e	22,914	25,883	..	102,879	111,883	..
Periodicals – Périodiques:									
Consumer magazines – Revues d'intérêt général	45,959	43,478	62,000 ^e	32,409	34,862	..	78,368	78,340	..
Trade magazines – Revues spécialisées	35,964	45,428	62,000 ^e	14,181	16,804	..	50,145	62,232	..
Farm magazines – Revues agricoles	8,141	9,280	12,000 ^e	1,154	1,435	..	9,295	10,715	..
Other magazines – Autres	6,918	6,467	7,000 ^e	2,246	2,883	..	9,164	9,350	..
Total	770,155	877,865	960,000 ^e	247,580	274,603	..	1,017,735	1,152,468	..

¹ Both the 1976 and 1977 advertising figures are Maclean-Hunter estimates. Published Statistics Canada figures for non-daily newspapers were understated due to an effort on behalf of the bureau to reduce the burden on small business. – Les données pour 1976 et 1977 sont estimées par la société Maclean-Hunter. Les chiffres publiés par Statistique Canada pour les non-quotidiens étaient inférieurs à la réalité, conséquence de l'effort fait en vue de réduire le fardeau que constituait la réponse aux questionnaires pour la petite entreprise.

Source: 1. For 1975 and 1976: *Printing, Publishing and Allied Industries*, Catalogue 36-203. – Pour 1975 et 1976: *Imprimerie, édition et activités annexes*, n° 36-203 au catalogue. 2. For 1977: *Canadian Printer and Publisher*, January 1978, Maclean-Hunter Research Bureau estimates. – Pour 1977: *Canadian Printer and Publisher* de janvier 1978: estimations du bureau de recherche de la société Maclean-Hunter.

BIBLIOGRAPHY

Canadian Advertising Rates and Data (CARD) (December 1976 and December 1977) — Maclean-Hunter Ltd. and Standard Rates and Data Ltd., Toronto, Ontario.

Canadian Printer and Publisher (January 1978 and February 1976) Maclean-Hunter Ltd., Toronto, Ontario.

The Financial Post, Special Report on Mass Media (November 19, 1977) Maclean-Hunter Ltd., Toronto, Ontario.

Report of the Special Senate Committee on Mass Media (1970), Honourable Keith Davey, chairman. Volume I, *The Uncertain Mirror* Catalogue XC2-282-3-01. Volume II, *Woods, Music and Dollars* Catalogue XC2-282-3-02.

Statistics Canada Publications

	Catalogue
<i>1976 Census of Canada, Dwellings and Households Private Households by type.</i>	93-806
<i>1976 Census of Canada, Population: Geographic Distributions-Municipalities, Census Metropolitan Areas and Census Agglomerations.</i>	92-806
<i>1976 Census of Canada, Population: Demographic Characteristics-Mother Tongue.</i>	92-821
<i>1975-1976 Printers, Publishers and Allied Industries.</i>	36-203 (annual)
<i>1975-1977 Imports: Merchandise Trade.</i>	65-203 (annual)

BIBLIOGRAPHIE

Canadian Advertising Rates and Data (CARD) (décembre 1976 et décembre 1977) Maclean-Hunter Ltd. et Standard Rates and Data Ltd., Toronto, Ontario.

Canadian Printer and Publisher (février 1976 et janvier 1977) Maclean-Hunter Ltd., Toronto, Ontario.

The Financial Post-Special Report on Mass Media (19 novembre 1977) Maclean-Hunter Ltd., Toronto, Ontario.

Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse volume I, *Le miroir équivoque* (n° au catalogue XC2-282-3-01F) volume II, *Les mots, la musique et les sous* (n° au catalogue XC2-282-3-02F)

Publications de Statistique Canada

	N° au catalogue
<i>Recensement du Canada de 1976, Logements et ménages-Ménages privés selon le genre</i>	93-806
<i>Recensement du Canada de 1976, Population: Répartition géographique-Municipalités, régions métropolitaine de recensement et agglomérations de recensement</i>	93-806
<i>Recensement du Canada de 1976, Population: Caractéristiques démographiques-Langue maternelle</i>	92-821
<i>1975-1976, Imprimerie, édition et activités annexes.</i>	36-203 (annuel)
<i>1975-1977, Importations: Commerce de marchandises</i>	65-203 (annuel)



